العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم" من وجهة نظر الصيادلة": دراسة ميدانية

FACTORS AFFECTING THE BUILDING OF A SUPERIOR RELATIONSHIP BETWEEN PHARMACISTS AND THEIR CUSTOMERS FROM THE POINT OF VIEW OF PHARMACISTS: A FIELD STUDY

إعداد الطالبة

ميسون عبدالمالك "أبو جراد الحويطات"

إشراف

أ.د. فؤاد الشيخ سالم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التسويق

كلية الأعمال

جامعة عمان العربية

شباط/2016

جامعة عمان العربية
AMMAN ARAB UNIVERSITY

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
نموذج (9)

تفويض

نحن الموقعون أدناه، نتعهد بمنح جامعة عمان العربية حرية التصرف في نشر محتوى الرسالة الجامعية، بحيث تعود حقوق الملكية الفكرية لرسالة الماجستير الى الجامعة وفق القوانين والأنظمة والتعليمات المتعلقة بالملكية الفكرية وبراءة الاختراع.

المشرف الرئيس	الطالب
أ.د. فؤاد الشيخ سالم	ميسون عبدالمالك " ابو جراد الحويطات"
التوقيع:	التوقيع: ....
التاريخ: ٢٠١٦/٢/٢٩	التاريخ: ٢٠١٦/٢/٢٩

ج

قرار لجنة المناقشة

نُوقشت هذه الرسالة والمقدمة من الطالبة: **ميسون عبدالمالك " ابو جراد الحويطات"**

وعنوانها: **العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم" من وجهة نظر الصيادلة" : دراسة ميدانية**

وأجيزت بتاريخ: **2016/2/10**

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم		التوقيع
أ.د. فؤاد الشيخ سالم	مشرفا / رئيساً	
أ.د. يونس مقدادي	عضواً / داخلياً	
د. محمود الكيلاني	عضواً / خارجياً	

الشكر والتقدير

أتقدم بخالص الشكر والعرفان والامتنان لكل من مد إلي يد العون وساهم في إنجاز هذه الأطروحة، خاصة الأستاذ الدكتور فؤاد الشيخ سالم، والذي لم يبخل علي بإسداء أية نصيحة، وبما قدمه لي من إرشاد وتوجيه ومساعدة بناءة.

الإهـداء

أهدي هذا البحث لكل الزملاء والزميلات من الصيادلة الذين يحاولون جاهدين العمل من أجل النهوض بهذه المهنة الكريمة وتطويرها والعمل على بناء مستقبل واعد لجميع المنتسبين لنقابة الصيادلة الأردنية بعيدا عن المصالح الشخصية.

وإهداء من القلب لأبي وأمي وأخوتي وأبنائي (أميرة و سارة و الحارث و فارس و ورد) وللغالية (ندى ناصر الشيخ). ولكل من شجعني وآمن بقدراتي خاصة "الأستاذ الدكتور نوفل النعمان".

إهداء خاص للجنديين المجهولين "دينا يعقوب أبو الخير" و "محمد منصور اسعيد" اللذان ساعداني في عثراتي في مرحلة اكمال دراستي للماجستير وأخذو بيدي للنهوض ومتابعة رحلتي على أكمل وجه.

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم "من وجهة نظر الصيادلة": دراسة ميدانية

إعداد

ميسون عبدالمالك "أبو جراد الحويطات"

إشراف

الأستاذ الدكتور فؤاد الشيخ سالم

الملخص

هدفت هذه الدراسة للبحث عن مدى تأثير العوامل الخارجية (المؤسسات الحكومية والعامة ومستودعات الأدوية) وكذلك العوامل الداخلية (الخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم "من وجهة نظر الصيادلة"، من خلال القيمة المدركة لدى الزبائن والرضا والولاء وإدارة العلاقات مع الزبائن، ولتحليل البيانات واستخراج النتائج اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، ولغايات جمع البيانات فقد تم تصميم استبانة خاصة ومحكمة وفقا لنموذج ليكرت الخماسي، وذلك وفقاً لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، وقد تم توزيعها على عينة من الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات والمنتسبين لنقابة الصيادلة الأردنية، وتكونت عينة الدراسة من 110 مفردة إحصائية ولغايات تحليل البيانات واستخراج النتائج فقد تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لدور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء العلاقة المتميزة بين الصيادلة وزبائنهم في مجال واحد وهو (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن).

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعض أبعاد (تطبيق كل من القوانين والأنظمة والمعايير الأخلاقية) للمؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن وعلى رضاهم.

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لمستودعات الأدوية على رضا الزبائن في مجال (استخدام الحوافز).

– وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha = 0.05$) للخدمات الصيدلانية على كل من القيمة المدركة والرضا والولاء لدى الزبائن.

– عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للخدمات الصيدلانية على إدارة العلاقات مع الزبائن.

وقد أوصت الدراسة بما يلي:

– نتيجة لأثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم توصي الدراسة بالتركيز على الفجوات التي بين الصيادلة وهذه المؤسسات وأن تهتم بتعديل بعض الأنظمة القوانين بما يعود بالمصلحة العامة للصيدليات المنفردة وسلسلة الصيدليات دون تمييز.

- وأن تتواصل نقابة الصيادلة الأردنية مع الأفراد المنتسبين لها ومساعدتهم في حال وجود مشكلات تعرقل عملية تطوير علاقتهم بزبائنهم.

- أن تولي مستودعات الأدوية عناية خاصة بالصيدليات المنفردة من خلال تطوير الخدمات والحوافز المقدمة لهم بما يتناسب مع الخدمات والحوافز المقدمة لسلسلة الصيدليات.

- تخصيص برامج إدارة العلاقات مع الزبائن في قطاع الصيدليات باستخدام تكنولوجيا المعلومات وجمع بيانات ومعلومات خاصة بهم والتواصل المستمر معهم وتلبية حاجاتهم ومتطلباتهم مما يزيد من رضاهم وولائهم.

FACTORS AFFECTING THE BUILDING OF A SUPERIOR RELATIONSHIP BETWEEN PHARMACISTS AND THEIR CUSTOMERS FROM THE POINT OF VIEW OF PHARMACISTS: A FIELD STUDY

Prepared by:

Maysoon Abdelmalek A.Alhuwitat

Supervised by:

Prof. Fuad Sheikh Salem

Abstract

This study aims to examine the effect of external factors (public institutions, drug stores) as well as internal factors (pharmaceutical services) on building of a superior relationship between pharmacists and their customers from the point of view of pharmacists through the customers perceived values, satisfaction and loyalty, and customer relationship management. To analyze the data, the study used descriptive-analytical method. A questionnaire was developed then revised to collect data from the study sample based on Likert Scale. According to the statement of problem and variables, it was distributed

to pharmacists who were registered in Pharmacists Union. Thus, the sample consisted of (110) individuals. Statistical methods (SPSS) were used for the purpose of finding results.

The study reveals the following results:

- There is statistically significant effect at (α = 0.05) for public institutions, drug stores, and pharmaceutical services) on building of a superior relationship between pharmacists and their customers in one domain (the capability, the responsiveness to meet customer's needs).

- There is statistically significant effect for public institutions dimensions on customer's perceived value and satisfaction

-There is statistically significant effect at (α = 0.05) for drug stores on customers satisfaction in the domain (incentives).

-There is statistically significant effect at (α = 0.05) for pharmaceutical services on customers perceived values, satisfaction and loyalty.

-There is no a statistically significant effect at (α = 0.05) for pharmaceutical services on customer relationship management.

Accordingly, The study recommends the following:

-Due to the effect of public institutions on building of a superior relationship between pharmacists and their customers, the current study recommends focusing on the gaps between the pharmacy and these institutions to pay attention to modify the laws and regulations. Thus, this returns back with public benefit on individual pharmacy and pharmacy chain

-The importance that pharmacists union shall communicate with the registered pharmacists and help them in case of any problem that face the process of developing their relations with customers.

-Drug stores shall pay special attention to individual pharmacies through developing the provided services and incentives in a way that is close enough to the services and incentives provided by chain services.

-To develop special programs concerned with customer relationship management in the pharmaceutical sector using technology and collecting data and information, as well, to continuously contact them to meet their needs and demands in a way to increase their satisfaction and loyalty.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

تعد الصيدلة مهنة علمية ذات غايات إنسانية اقتصادية واجتماعية ومن أهم المهن التي تقوم بالمساهمة بالرعاية الصحية لأفراد المجتمع والاهتمام بسلامتهم، حيث أن للصيادلة دور مهم في تقديم الخدمات الصحية للزبائن من خلال احتكاكهم المباشر بهم وأبرز هذه الخدمات هي الخدمات الصيدلانية وما تشمله من تحضير وصرف الأدوية وإدراك الآثار الجانبية لها والمضادات مع الأدوية الأخرى، وما يتبعها من نصح وإرشاد في الأمور التي تهتم بصحة أفراد المجتمع.

يسهم كل من الصيادلة والمؤسسات الحكومية والعامة المسؤولة عن تنظيم هذه المهنة وتطويرها "كنقابة الصيادلة الأردنية و وزارة الصحة ومؤسسة الغذاء والدواء" بالإضافة إلى مستودعات الأدوية في دور فعال في نهضة المجتمع اقتصادياً واجتماعياً لبناء مجتمع قوي وسليم، حيث تهدف "نقابة الصيادلة الأردنية" وهي إحدى النقابات المهنية ومؤسسات المجتمع المدني التي لها دور مهم في قضايا الدولة العامة إلى انتظام أفرادها من الصيادلة لهذه المؤسسة وتعزيز مصالحهم والدفاع عنها والقيام بمتطلباتهم وتقديم الخدمات التي توفر لهم الشعور بالأمان والاستقرار والتي تعزز من ولائهم وانتمائهم لها، والتعاون مع الوزارات وجميع الهيئات والمؤسسات ذات العلاقة لرفع مستوى الخدمات الصيدلانية والدوائية وتوفيرها للجمهور.

ومن خلال الاحتكاك المباشر بين الصيادلة وأفراد المجتمع كان لابد من خلق علاقة بين الصيادلة وزبائنهم من خلال ممارسة الأنشطة التسويقية الصيدلانية على أسس أخلاقية ومهنية رفيعة المستوى تؤثر بها عدة عوامل (خارجية وداخلية)، حيث تبنى هذه العلاقة على مدى القيمة المدركة والرضا والولاء لدى الزبائن منتهية بتخصيص برنامج لإدارة العلاقات مع الزبائن من قبل الصيدليات يهدف لبناء علاقة مربحة ومتميزة طويلة الأجل تولد ميزة تنافسية بين الصيدليات المنافسة الأخرى.

لذا ارتأت الباحثة الوقوف على هذه العوامل وتوضيح أثرها على العلاقة بين الصيادلة وزبائنهم مما يسهم في نهضة المجتمع علمياً واقتصادياً واجتماعياً وصحياً.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبين العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة".

2-1 مشكلة الدراسة

من خلال المقابلات التي أجرتها الباحثة مع نقابة الصيادلة الأردنية ومؤسسة الغذاء والدواء وغيرها وكونها أحد أفراد هذه الفئة المنتمية لنقابة الصيادلة وجدت العديد من الممارسات الخاطئة لدى الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات (كانتشار كبير لبيع أصناف عديدة من الأدوية دون وصفات طبية كبعض المهدئات والمضادت الحيوية، وكذلك بيع أدوية مهربة لم تدخل بطريقة صحيحة للأردن وأيضاً بيع بعض المنتجات الطبية المنتهية الصلاحية بحجة أنها لا تضر كالشامبو، بالإضافة للاهتمام بالربحية قبل الاهتمام بسلامة أفراد المجتمع خاصة بعد انتشار سلسلة الصيدليات وأخيراً غياب ملاحظ لعدم الاهتمام ببعض عناصر جودة الخدمات الصيدلانية المقدمة للزبائن) وبهذا تكون هذه الأمور مخالفة لأهداف هذه المهنة السامية في نهضة وسلامة المجتمع.

وكان لهذه الممارسات الخاطئة أثر على علاقة الصيادلة بزبائنهم والتي لم يكن سببها الرئيسي الصيدلاني وحده من "وجهة نظر الصيادلة" بل شملت العديد من العوامل (الخارجية والداخلية) التي أثرت على هذه العلاقة، وكذلك استدلت الباحثة أيضا على مشكلة هذه الدراسة من خلال الدراستين "العربية والإنجليزية" للحويطات وشحادة (2015)، حول الخدمات التي تقدمها نقابة الصيادلة الأردنية وحقوق العمل للصيادلة العاملين في صيدليات القطاع الخاص حيث تكشفت لها مشكلة هذه الدراسة من خلال المقابلات والنتائج والتوصيات التي خرجت بها الباحثة من كلا الدراستين والتي تم توضيحها في "الدراسات السابقة" المذكورة بالفصل الثاني من هذه الدراسة.

وبالتالي فإن الغرض من هذه الدراسة هو التعرف على العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة".

1-3 عناصر مشكلة الدراسة

ويمكن تحقيق الغرض من الدراسة ذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة الآتية:

السؤال الرئيسي الأول

-هل يوجد أثر للعوامل(دور المؤسسات الحكومية والعامة، و دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"؟

الأسئلة الفرعية

1-هل يوجد أثر لدور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة لدى الزبائن؟

2-هل يوجد أثر لدور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن؟

3-هل يوجد أثر لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن ؟

4- هل يوجد أثر لدور لمؤسسات الحكومية والعامة على إدارة العلاقات مع الزبائن؟

5-هل يوجد أثر لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة لدى الزبائن؟

6-هل يوجد أثر لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن ؟

7-هل يوجد أثر لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن ؟

8-هل يوجد أثر لدور مستودعات الأدوية على إدارة العلاقات مع الزبائن؟

9-هل يوجد أثر للخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة لدى الزبائن؟

10-هل يوجد أثر للخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن؟

11-هل يوجد أثر للخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن؟

12-هل يوجد أثر للخدمات الصيدلانية على إدارة العلاقات مع الزبائن؟

1-4 أهمية الدراسة

تشمل أهمية الدراسة محورين أساسين يتمثلان بالآتي:

أولا: الأهمية النظرية

تأمل الباحثة أن يسهم هذا البحث في إضافة نوعية في المعرفة النظرية حول إيجاد علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم، حيث تكمن أهمية هذه الدراسة في موضوعها الذي يعد من المواضيع التي قلت دراستها – في حدود علم الباحثة–حيث أن هذا الموضوع يعد بالغ الأهمية للصيادلة في الأردن، كما تكمن الأهمية النظرية للبحث بما سيضيفه للمكتبة العربية من معلومات ومواد علمية تفيد في خدمة المجتمع.

ثانيا: الأهمية التطبيقية:

تحديد مدى معرفة الصيادلة بالعوامل المؤثرة في مهنة الصيدلة وأثرها على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم حيث أن الصيادلة يشكلون جزء مهم من المجتمع له أثر سياسي واجتماعي واقتصادي في الدولة ويساهمون في نهضة المجتمع ككل، وسيساعد هذا البحث بالعمل على إثارة انتباه المسؤولين كنقابة الصيادلة الأردنية و وزارة الصحة ومؤسسة الغذاء والدواء لتصويب مسار وأهداف مهنة الصيدلة والنهوض بها خاصة في قطاع الصيدليات والعمل على بناء علاقة مباشرة مع الصيادلة ومتابعة تطوير مهنتهم على أسس أخلاقية وعلمية ومهنية عالية من خلال الرقابة المستمرة والحملات التوعوية، وكذلك تكمن الأهمية التطبيقية لهذا البحث بأنه يوفر أداة يمكن الاستفادة منها من قبل الباحثين اللاحقين وأيضا للصيادلة الذين يعملون في قطاع الصيدليات في الأردن. وتأمل الباحثة أن يكون هذا البحث نقطة انطلاق لأبحاث قادمة تهم الصيادلة في الأردن والوطن العربي.

1-5 فرضيات الدراسة

بالنظر إلى مشكلة الدراسة وما بُني عليها من أسئلة، واستناداً إلى الدراسات ذات الصلة في العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم " من وجهة نظر الصيادلة"، تم وضع الفرضيات التالية:

أ. **الفرضية الرئيسية:**

-لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للعوامل (لدور المؤسسات الحكومية والعامة، ودور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة".

ويتفرع منها الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة لدى الزبائن.

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن.

الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن.

الفرضية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على إدارة العلاقات مع الزبائن؟

الفرضية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة لدى الزبائن.

الفرضية السادسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن.

الفرضية السابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن.

الفرضية الثامنة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على إدارة العلاقات مع الزبائن.

الفرضية التاسعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة لدى الزبائن.

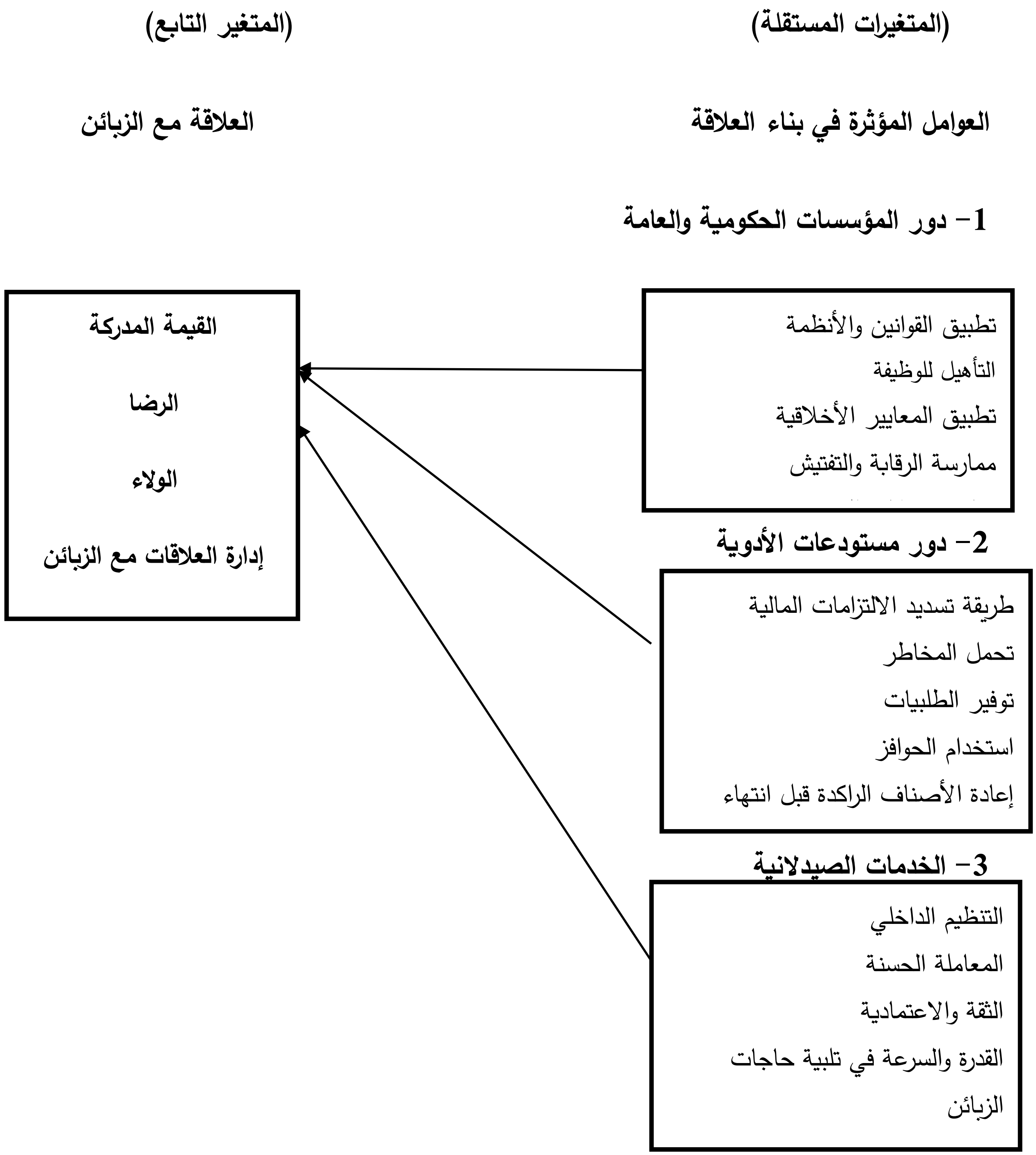
الفرضية العاشرة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن.

الفرضية الحادية عشر: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن.

الفرضية الثانية عشر: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى(α=0.05) للخدمات الصيدلانية على إدارة العلاقات مع الزبائن.

6-1 أُنموذج الدراسة

قامت الباحثة ببناء أُنموذج الدراسة الموضح في الشكل رقم (1):



الشكل (1): أنموذج الدراسة

المصدر من إعداد الباحثة بالاعتماد على المراجع الواردة في الجدول (1)

جدول: (1) مصادر متغيرات الدراسة

المتغير	المرجع
المتغير المستقل	
محاور المؤسسات الحكومية، والعامة.	من إعداد الباحثة
محاور مستودعات الأدوية	من إعداد الباحثة
محاور الخدمات الصيدلانية	Kotler, 2012
المتغير التابع	
القيمة المدركة	
الرضا	Kotler, 2012
الولاء	
إدارة العلاقات العامة	

1-7 التعريفات الإجرائية

عمل الباحث على تشخيص المفاهيم والمعاني النظرية والإجرائية للمتغيرات المعتمدة من قبل الدراسة وكما يلي:

الصيدلي: يعرف الصيدلي إجرائيا بأنه الموظف الذي تخرج من الجامعة ويحمل درجة بكالوريوس في الصيدلة على الأقل ويعمل في الصيدليات الخاصة الموجودة في عمان وهو عضوا في نقابة الصيادلة الأردنية ومرخص له بمزاولة المهنة.

المؤسسات الحكومية والعامة: هي القطاعات التي تكون مسؤولة عن تنظيم ومتابعة مهنة الصيدلة والنهوض بها (كنقابة الصيادلة الأردنية و وزارة الصحة و مؤسسة الغذاء والدواء) وتعمل في المملكة الأردنية الهاشمية وفقاً للقوانين والأنظمة الموجودة وتؤثر في الوضع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للدولة.

القوانين والأنظمة: هي مجموعة من النصوص القانونية التي تحكم وتوجه وتنظم سلوك الصيادلة المنتسبين لنقابة الصيادلة الأردنية وتوفق بين مصالحهم والتي يفرض على مخالفتها عقوبات وجزاء توقعه النقابة بناء للبنود المتفق والمصادق عليها في الأردن.

التأهيل للوظيفة: تطوير كفاءات الصيادلة المهنية عن طريق التدريب وعقد الدورات من قبل نقابة الصيادلة الأردنية في كل المجالات التي تساعد في نهوض هذه المهنة اقتصاديا واجتماعيا وتوفير الفرص المناسبة للعمل في الأردن.

المعايير الأخلاقية: هي الأسس والقيم الأخلاقية التي تحكم مهنة الصيدلة في الأردن على الصعيد الشخصي أولا ثم المهني من خلال احترام القوانين وحقوق الزبائن والزملاء والتي جوهرها يكون نابعا من تعاليم وأخلاقيات الشريعة الإسلامية.

الرقابة والتفتيش: الرقابة تكون للتأكد أن الأهداف الموضوعة وما طلب تنفيذه من قوانين وإجراءات تخص مهنة الصيدلة في الأردن قد سارت بالمسار الصحيح وهي عملية تربط المستويات العليا بالوسطى وأخيرا الدنيا بعضها ببعض .ثم تأتي عملية التفتيش وهي الاطلاع الدائم للتأكد من سلامة تنفيذ القوانين والإجراءات شكليا وموضوعيا بعد فترة من الزمن وتكتب بها تقارير ترفع للسلطة الأعلى ليتم اتخاذ الإجراءات اللازمة في حال وجود انحراف عن المسار الصحيح.

حملات التوعية: تقوم بتنفيذها الوزارات وبعض الدوائر الحكومية كوزارة الصحة ومؤسسة الغذاء والدواء ونقابة الصيادلة الأردنية تهدف الى رفع مستوى الوعي لدى الصيادلة لمخاطر المهنة وتقليل الفجوات التي قد تحدث بين الجماهير المشاركة في تنمية وتطوير ونهضة هذه المهنة السامية في الأردن.

مستودعات الأدوية: المكان الرئيسي لتوفير المنتجات الدوائية في الأردن التي يتم تخزينها بها بعد تصنيعها وتجهيزها وتغليفها ومنها تبدأ عملية توزيع هذه المنتجات لقطاع الصيدليات وتكون هذه المستودعات بمواصفات معينة تتضمن سلامة التخزين.

طريقة تسديد الالتزامات المالية: هي طرق عملية حصول مستودعات الأدوية في الأردن على الأموال من الصيدليات مقابل ما توفره من منتجات دوائية وحاجات وما تتضمنه العملية من تسهيلات لأصحاب الصيدليات كالشيكات المؤجلة وغيرها.

تحمل المخاطر: وهي الأحداث الغير متوقعة التي قد تواجه مستودعات الأدوية في الأردن أثناء عملية نقل الدواء وتلفه قبل تسليمه للصيدليات أو نقص بطلبية معينة أو عملية التأخير في تسليم الطلبيات

والتي يتم فيها التعويض من قبل مستودعات الأدوية بما يتناسب مع الظرف ومدى أهمية الحفاظ على العلاقة مع الصيدلية المتضررة.

توفير الطلبيات: هي مدى كفاءة مستودعات الأدوية في القدرة على استقبال وتلبية طلبيات وحاجات الصيدليات في الأردن بالكميات المطلوبة و بأسرع وقت.

الحوافز: وهي ما تقدمه مستودعات الأدوية من عروض مادية ومعنوية للصيدليات في الأردن من أجل كسب ولائهم ورضاهم.

إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها: هي عملية التزام مستودعات الأدوية بإرجاع المنتجات الدوائية الخاصة بها والتي لم يتم بيعها من قبل الصيدليات في الأردن قبل انتهاء صلاحيتها بفترة زمنية معينة.

الخدمات الصيدلانية: هي الخدمات الملموسة والغير ملموسة التي تقدمها الصيدليات في الأردن مع العاملين لديها للزبائن والتي تهدف لتسهيل وتطوير عملية خدمة الزبائن وجذبهم وكسب ولائهم لإقامة علاقة مربحة ودائمة ومتميزة معهم.

التنظيم الداخلي: يقصد بها الجوانب الملموسة في إنتاج وتقديم الخدمة للزبائن من قبل العاملين في الصيدليات في الأردن والمظهر العام لهم ويتضمن كذلك شكل وترتيب الصيدلة من الداخل.

المعاملة الحسنة: وهي اللطف والعناية بالزبائن من قبل العاملين في الصيدليات في الأردن والاهتمام الشخصي بكل فرد.

الثقة والاعتمادية: القدرة على خدمة الزبائن من قبل العاملين في الصيدليات في الأردن وفقا للوعود المقدمة وذلك على النحو الذي يمكن الاعتماد عليه.

القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن: تعكس مدى قدرة واستعداد العاملين في الصيدليات في الأردن لخدمة ومعاونة الزبائن بأسرع وقت وبأفضل طريقة.

المعرفة والخبرة لدى الصيادلة: وهي الضمان لكسب ثقة الزبائن وولائهم من حيث الإلمام من قبل الصيادلة العاملين في الصيدليات في الأردن بكل ما يخص استخدام المنتجات الدوائية وتطوير معرفتهم بها من خلال متابعة كل ما هو جديد.

القيمة المدركة: هي مقدار المنافع المقدمة من قبل الصيادلة العاملين في الصيدليات في الأردن للزبائن مقابل التكلفة التي يدفعها الزبائن وهذه المنافع لا تقاس بالأشياء المادية فقط بل تتضمن عدة أمور منها (السعر، الوقت، المعاملة الحسنة..الخ).

الرضا: تدل على مدى شعور الزبائن بالرضا عن الخدمات المادية والمعنوية المقدمة من قبل الصيادلة العاملين في الصيدليات في الأردن لهم ومدى توافقها مع توقعاتهم الإيجابية لهذه الخدمات.

الولاء: هو التزام الزبائن بعملية الشراء من صيدلية معينة في الأردن نتيجة رضاهم عن الخدمات المقدمة من قبل الصيادلة العاملين في هذه الصيدلية.

ادارة العلاقات مع الزبائن: تقوم على أساس تخصيص قائمة للزبائن الدائمين وتجميع معلومات خاصة عنهم وتحديد احتياجاتهم ورغباتهم وتوفيرها بأنسب الطرق باستمرار من أجل الحفاظ على ولائهم وعمل

عروض خاصة لهم، بالإضافة إلى عمل برامج خاصة لجذب الزبائن المتوقعين وتطوير عروض خاصة لجذبهم عبر مختلف وسائل الاتصال والترويج.

1-8 حدود ومحددات الدراسة

تتمثل حدود الدراسة بما يلي:

الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على مجموعة الصيدليات الخاصة في مدينة "عمان".

الحدود الزمانية: من المتوقع انجاز هذه الدراسة خلال الفصل الأول من العام الجامعي 2016/2015.

الحدود البشرية: تقتصر الدراسة الحالية على الصيادلة المنتسبين لنقابة الصيادلة الأردنية والعاملين في قطاع الصيدليات بشكل خاص.

الحدود العلمية: تحدد أثر العوامل الخارجية (المؤسسات الحكومية والعامة ومستودعات الأدوية) والعوامل الداخلية (الخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة" وذلك من خلال تحقيق القيمة المدركة والرضا والولاء لدى الزبائن وتطوير ادارة العلاقات معهم.

محددات الدراسة

تتمثل محددات الدراسة بالمعوقات التي واجهت الباحثة، والتي من أهمها توزيع الاستبانة على مناطق متعددة في مدينة عمان. كما اقتصرت هذه الدراسة على الأداة التي استخدمت فيها، لذا فإن

صدق النتائج التي توصلت إليها تتحدد بمدى صدق أداة الدراسة وثباتها. فضلا عن ندرة الدراسات العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2-1 الإطار النظري

نتيجة العولمة نشأت تغيرات كبيرة حول التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والثقافية، أثرت هذه التغيرات على هيكل المنافسة وشدتها في العالم وكان لها أثر في الأردن على العديد من القطاعات المختلفة وعلى قطاع الصيدليات خاصة، مما دفع الكثير من الصيدليات لتطوير سبل جذب الزبائن والاحتفاظ بهم من خلال كسب ولائهم وإدارة العلاقات معهم.

وبما أن الصيدليات تقدم خدمات ملموسة وغير ملموسة فإن القيمة المدركة من طرف الزبائن حتما هي التي تحدد نجاح هذه الصيدليات من خلال الاحتفاظ بالزبائن لمدة أطول، علما أن مستوى القيمة المدركة لدى الزبائن مرتبط ارتباطا وثيقا بمستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل الصيدليات.

ولهذا كان لابد من البحث عن العوامل المؤثرة والمساهمة في تحسين القيمة المدركة والرضا والولاء للزبائن منتهية بإدارة العلاقات مع الزبائن وما أثر العوامل (الخارجية والداخلية) على تكوين علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم. ومن هنا فإن إدارة الجودة المتكاملة ترتكز على العوامل (الخارجية والداخلية) في تحسين أداء الصيدليات مما يحقق في النهاية أهداف الصيدليات وخدمة زبائنهم.

وبهذا نجد أن العنصر البشري عنصر أساسي في نجاح هذه الإدارة في الصيدليات إذ تتطلب مهارات وقدرات عالية مبنية على أسس علمية ومهنية، وذلك من خلال استخدام عمليات تسويقية مختلفة لجذب الزبائن بالإضافة إلى جودة الخدمات المقدمة من خلال الصيدليات للزبائن، وأيضا التركيز على تحقيق حاجات ورغبات الزبائن لتحقيق الرضا المنشود لدى الزبائن والذي يؤدي إلى ولائهم من خلال اعداد برامج لإدارة العلاقات مع الزبائن تسهم في تطوير الأنشطة التسويقية على أسس مهنية وأخلاقية للاحتفاظ بالزبائن الحاليين وأيضا جذب وكسب الزبائن المتوقعين.

إذاً هي عملية تحتاج للتطوير والتجديد الدائم لكافة أجزاء وعمليات جودة الخدمة بغرض تحقيق المطابقة لرغبات وحاجات الزبائن، مع مراعاة التنسيق والتكامل بين عناصر البيئة (الخارجية والداخلية) للصيدليات.

2-2 العوامل الخارجية (دور المؤسسات الحكومية والعامة و مستودعات الأدوية)

2-2-1 دور المؤسسات الحكومية والعامة

حيث أن للبيئة الخارجية (كمؤسسة الغذاء والدواء ووزارة الصحة ونقابة الصيادلة الأردنية) دور كبير في المساهمة بعملية تطوير علاقة الصيادلة بزبائنهم من خلال وضع الأنظمة والقوانين التي تحكم مهنة الصيدلة وتنظمها، ويعرف الأخوين (حداد، 2008) القانون بأنه مجموعة القواعد القانونية التي تنظم سلوك الأفراد في المجتمع والمقترنة بجزاء مادي حال توقعه السلطة المختصة على من يخالف. وأيضا يرى الكثير من الصيادلة ضرورة أن تحرص نقابة الصيادلة الأردنية على التأهيل الوظيفي لأفراد هذه المهنة وتدريبهم عن طريق استخدام خبرة دالة لتغيير المهارات والمعارف

والسلوكيات نحو الأفضل لدى العاملين (العامري، الغالبي، 2014) ،ووضع المعايير الأخلاقية لمهنة الصيدلة التي تساعد في نهوضها والتي هي مجموعة المبادئ والأفكار التي استقرت في ضمير أفراد المجتمع في عصر من العصور والمستمدة –قواعد الأخلاق– من تراثهم وتاريخهم ومعتقداتهم الدينية ،مما يجعلها تشكل القيم والمثل العليا في المجتمع ، والتي توصل إليها المجتمع ليدعم الحق ويدحض الباطل فكل من يخرج عن هذه القواعد يتعرض لازدراء وسخط الآخرين بحيث تثار حفيظة المجتمع (الحداد، 2008)، وأيضاً الاهتمام بعملية الرقابة والتفتيش المستمرة لمسيرة عمل الصيدليات لتنظيم هذه المهنة من قبل (المؤسسات الحكومية والعامة) دور مهم وبالأخص لعملية بيع الأدوية التي تحتاج لوصفات طبية، والعملية المراقبة عبارة عن عمليات مستمرة لقياس الأداء واتخاذ الإجراءات لضمان النتائج المرغوبة (العامري، الغالبي، 2008)، وكذلك التواصل المستمر مع الصيادلة من خلال الحملات التوعوية لكل ما هو جديد ويطرأ على القوانين والأنظمة التي تخص سلامة مهنة الصيدلة في قطاع الصيدليات ويهم سلامة المنتفعين منها.

نبذة عن المؤسسات الحكومية والعامة التي تنظم مهنة الصيدلة:

2-2-2 نقابة الصيادلة الأردنية

هي أحد النقابات المهنية وهي مؤسسة منظمة تضم مجموعة من الافراد ذوي الاختصاصات المهنية المحددة وتهدف إلى تحقيق الغايات والأهداف التي يحددها قانون النقابة الخاص بها. تأسست نقابة الصيادلة في عام 1957 استنادا إلى قانون الصيدلة في المملكة الأردنية الهاشمية رقم 10 لعام 1957 المنشور في العدد 1323 من الجريدة الرسمية الصادرة في 17 آذار 1957. وتضم نقابة

الصيادلة الأردنية الصيادلة المنتسبين للنقابة فقط بدرجة بكالوريوس فأعلى، وتنظم حقوق وواجبات الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات والمنتسبين لها وفقاً للمادة (47)، وتقوم بتطبيق الأنظمة والقوانين والعقوبات المترتبة على مخالفيها من الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات بدأً من المادة (55) وإلى المادة (69) كما جاء في قوانين نقابة الصيادلة الأردنية.

تتلخص أهداف نقابة الصيادلة الأردنية كالآتي:

1. المحافظة على مصالح المهنة وحمايتها والدفاع عنها وتنظيمها.
2. التعاون مع الوزارة وجميع الهيئات والمؤسسات ذات العلاقة لرفع مستوى الخدمات الصيدلانية والدوائية وتوفيرها للجمهور.
3. جمع كلمة الصيادلة والمحافظة على حقوقهم وكرامتهم.
4. المحافظة على آداب المهنة.
5. تشجيع البحوث العلمية عامة وفي حقل الدواء بشكل خاص.
6. تأمين الحياة الكريمة للصيادلة وعائلاتهم في حالة العوز والشيخوخة.
7. المساهمة في تعزيز مستقبل الصيادلة من خلال مشاريع الاستثمار المتنوعة وبرامج القروض الحسنة.
8. الاهتمام بتحصيل حقوق الصيادلة من أصحاب العمل بكافة قطاعات الصيدلة عند الضرورة وحمايتها بالتنسيق مع الوزارات والمؤسسات العامة.

9. تنظيم لجان خاصة لمناقشة قضايا نقابة الصيادلة الأردنية ومهنة الصيدلة في كافة القطاعات بمشاركة من أعضاء النقابة وبعض الصيادلة المنتسبين لها وطرح حلول واقتراحات واتخاذ القرارات لهذه القضايا.

2-2-3 مؤسسة الغذاء والدواء الأردنية

يلقى النظام الصحي في الأردن تزايد سريع في الطلب على الخدمات الصحية ،ولمؤسسة الغذاء والدواء جزء من هذه المعادلة حيث أنشأت هذه المؤسسة بقانون مؤقت رقم (31) عام 2003، وتم اقرار القانون الدائم للمؤسسة رقم (41) عام 2008 ،وتعتبر مرجعية وطنية وحيدة أهدافها الرئيسية ضمان سلامة الغذاء وصلاحية استهلاكه للبشر، بالإضافة لضمان سلامة الدواء وجودته وفاعليته وتنظيم تداوله واستعماله بالإضافة للعديد من السلع والمستهلكات والأجهزة الطبية. ولمؤسسة الغذاء والدواء دور في الرقابة والتفتيش على المؤسسات الصيدلانية في القطاع الخاص والعام بالإضافة لتلقي الشكاوي من متلقي الخدمة والعمل عل حلها.

2-2-4 وزارة الصحة الأردنية

تأسست وزارة الصحة عام 1950 وباشرت عملها في عام 1951 حيث يعتبر هذا العام بداية تطور النهضة الصحية في الأردن. ومن أهم مهام وزارة الصحة الحفاظ على الصحة العامة بتقديم الخدمات الصحية الوقائية والعلاجية والرقابية وتنظيم الخدمات الصحية المقدمة من القطاعين العام والخاص والإسراف عليها بما فيها قطاع الصيدليات.

2-2-2 مستودعات الأدوية

وهي المؤسسات الصيدلانية المعدة لاستيراد وتوزيع الأدوية وبيع الأدوية بالجملة، ولمستودعات الأدوية الأردنية التي تعتبر" قناة التوزيع الرئيسية " والمصدر الرئيسي لمساعدة الصيدليات بتلبية حاجات زبائنهم، دور مهم في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من خلال تسهيل الخدمات المقدمة للصيدليات وما تتضمنه من طرق تسديد الالتزامات المالية إن كانت (نقدا أو بشيكات مؤجلة)، وكذلك تحمل المخاطر أثناء نقل الطلبيات للصيدليات أو المخاطر التي قد تتعرض لها بعض المنتجات الدوائية بسبب الظروف الجوية التي تؤدي إلى تلفها أثناء عملية النقل، وأيضا توفير الطلبيات بالسرعة والكمية المطلوبة للصيدليات، ناهيك عن إعادة الأصناف الراكدة من المنتجات الدوائية قبل الانتهاء.

3-2 العوامل الداخلية (الخدمات الصيدلانية)

2-3-1 الخدمات الصيدلانية

الصيدلية العامة هي المؤسسة الصيدلانية المعدة لتحضير الوصفات الطبية وصرف الأدوية للجمهور مقابل الثمن. ومن هنا كان لابد أيضاً الاهتمام بالعوامل (الداخلية للصيدليات) وما تضمه من تنظيم داخلي والعاملين بها من خلال الاهتمام بتهيئة التنظيم الداخلي من حيث الاهتمام بالمظهر الداخلي وطريقة عرض المنتجات الصيدلانية وتوفير الأدوات التي تساعد على تسهيل خدمة الزبائن والاهتمام بالإضافات التي تزيد من الشعور بالراحة النفسية مما يسهم في نجاح الخدمات المقدمة من قبل الصيدليات وتطوير البيئة الداخلية للصيدليات عن طريق التدريب والتثقيف المستمر للعاملين بها من نواحي علمية من حيث بيع الأدوية التي لا تحتاج لوصفات طبية (OTC) بالإضافة لمهارات

التواصل مع الزبائن وأيضاً من نواحي ادارية وتكنولوجية وتسويقية لكل ما يسهم في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم خاصةً بتوفير احتياجاتهم وتلبية رغباتهم بطرق سليمة وآمنة منتهية بتحقيق ربحية للصيدليات على أسس أخلاقية وعلمية. وبذلك فإن الوصول للرضا والولاء المنشودين لدى الزبائن يتطلب تحسين جودة الخدمات الصيدلانية المقدمة لهم مع الأخذ نسبيا بتصورات الزبائن لخواص الخدمة عن طريق بناء برامج فعالة لإدارة العلاقات مع الزبائن والتواصل المستمر معهم من خلال توثيق معلومات خاصة بهم تضم احتياجاتهم والعمل على توفيرها لهم بالوقت المناسب بالإضافة لتطوير الأنشطة التسويقية الآمنة لهم بالاستعانة بخبراء التغذية والتجميل لبعض المنتجات الصيدلانية التي لا تحتاج لوصفات طبية.

2-3-2 مفهوم جودة الخدمة

يتضمن مفهوم جودة الخدمة عدة مفاهيم تختلف باختلاف الباحثين والمختصين حول هذا الموضوع، وعلى الرغم من اختلاف الباحثين والمختصين حول مفهوم هذا الموضوع، إلا أن الجميع يتفق على أن الهدف الذي تصبو إليه الجودة هو إرضاء الزبون، فهي تعني إمداد الزبون بما يحتاج إليه من سلع وخدمات ذات خصائص وسمات تفي بمتطلباته وحاجاته وتوقعاته في الوقت الذي يريده، وبسعر مقبول يلائمه (الطائي، العبادي، 2009)، ويرى (Bank, 2000) أن الجودة هي قدرة المنتوج (خدمة أو سلعة) على تحقيق الإشباع الكامل لحاجات ورغبات الزبون وبأقل التكاليف. ومن أشهر تعريفات الجودة هو تعريف الجمعية الأمريكية للجودة والذي أشار إليه الباحثان (Heizer & Rander, 2001) أن الجودة هي الهيئة والخصائص الكلية للمنتوج (خدمة أو سلعة) التي تظهر وتعكس قدرة هذا المنتوج على إشباع حاجات ظاهرية وأخرى ضمنية.

وهناك ثلاث مصطلحات لجودة الخدمة كما أشار (المصري، 2001)

1) **الجودة المتوقعة:** وهي ما يتوقعه الزبون عن جودة الخدمة المقدمة إليه وتتأثر هذه التوقعات بعدة عوامل منها المزيج التسويقي وحاجات الزبون وصورة الصيدلية ووعود مقدم الخدمة.

2) **الجودة المجربة:** ويقصد بها الجودة التي يشعر بها الزبون أثناء تجربة حصوله الفعلي على الخدمة، ويؤثر بها عاملان الجودة الفنية وهي التي تشير إلى الجوانب الكمية للخدمة، والجودة الوظيفية وهي التي تشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى المستفيد من الخدمة(الزبون).

3) **الجودة المدركة:** وهي التي يقدرها الزبون عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المجربة والجودة المتوقعة، فإذا كانت الجودة المتوقعة أعلى من المجربة تكون الجودة المدركة منخفضة، وإذا تقابل مستوى الجودة المجربة مع الجودة المتوقعة تكون الجودة المدركة مرتفعة.

العوامل التي تؤثر على توقعات الزبون فيما يتعلق بالجودة المتوقعة (أحمد، 2001) و (Russell, 2000):

1- **الاتصال الخارجي**: **External Communications**: كالإعلان المنشور في إحدى الصحف اليومية الذي يقول بأن صيدلية معينة متوفرة على مدار الساعة مما يجعل الزبون يكون انطباعات جيدة عن خدمات الصيدلية.

2- **الصورة الذهنية: Image:** وهي تصور الزبون حول مقدار الإشباع الذي يمكن أن يحصل عليه من خلال الخدمة المقدمة من الصيدلية.

3- **الكلمة المنطوقة: Word of mouth**: وهي آراء أصدقاء زبون مرتقب بخصوص الصيدلية التي يرغب الزبون بالتعامل معها.

4- **التجارب السابقة: Past Experiences**: مثال على ذلك إذا كان الزبون من المتعاملين دائما لصيدلية معينة، وأنه في كل مرة يدخل الصيدلية يلقى ترحيبا وتعاملاً من قبل الصيادلة العاملين في الصيدلية.

5- **حاجات الزبون الشخصية: Customer Needs** : وهي هل يعتقد الزبون ضرورة التزام الصيادلة العاملين في الصيدلية بالزي الرسمي لعملهم والاهتمام بأناقتهم وأن هذه الملابس مهمة وحيوية في رأيه؟

تتحدد جودة الخدمة الصيدلانية المقدمة للزبائن (SURVQUAL) من خلال خمسة أبعاد (Kotler، 2012):

1- **الجوانب الملموسة:** وتشمل التنظيم الداخلي للصيدليات والتسهيلات المادية والمعدات المستخدمة في إنتاج وتقديم الخدمة وكذلك المظهر الخارجي للعاملين في الصيدليات.

2- **الثقة والاعتمادية:** تشير إلى قدرة الصيدليات والعاملين بها على تلبية حاجات ورغبات الزبائن ومدى تطابق هذه الخدمة مع توقعات الزبائن، وكذلك تشير إلى مدى وفاء الصيدليات والعاملين بها للوعود المقدمة في تلبية حاجات الزبائن كما ونوعا وزمانا.

3- **الاستجابة:** هي قدرة الصيدليات للتكيف مع المتغيرات والتطورات التي تحدث على مستوى حاجات ورغبات الزبائن وأيضا القدرة على الاستجابة لطلباتهم وهذه الأمور تتطلب مرونة عالية.

4) **الضمان:** ترتكز على معرفة وخبرة العاملين في الصيدليات وقدرتهم على تلبية حاجات زبائنها بشكل فعال ولمدة أطول وكذلك القدرة على تقديم وتسليم المنتجات بما يتوافق مع توقعات زبائنهم.

5) **التعاطف:** يعكس العناية بالزبائن والاهتمام الشخصي بكل فرد منهم بما يتناسب مع حالته.

من خلال ملاحظة الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الصيدلانية المقدمة يتضح أن رضا الزبائن عن المنتجات أو الخدمات يتوقف على مدى مستوى جودة الخدمات وقيمة المنافع التي تحصل عليها الزبائن من جراء استخدامها للمنتجات، فمستوى الجودة التي يتصف بها أي منتج أو خدمة يتحدد بقيمة المنافع المحصول عليها ومدى مطابقة الخدمات من جراء استخدام المنتج مع توقعات ورغبات الزبائن. لذلك لابد أن تكون الزبائن نقطة البداية والنهاية لتحقيق مستويات عالية من جودة الخدمات الصيدلانية المقدمة لها.

4-2 القيمة المدركة

القيمة المدركة

لتحقيق القيمة المدركة لدى الزبائن لابد من التركيز على سلوكهم للبحث عن أفضل الطرق لخدمتهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم، حيث ستقوم الزبائن بالحكم على المنتج أو الخدمة من خلال تقييمها للفرق بين تكاليف وأعباء الحصول عليها من جهة والمنافع والمزايا المحصول عليها من جهة أخرى، حيث أن الزبائن تصدر حكمين عن المنتجات، حكم قبل الشراء والاستخدام وهو القيمة المتوقعة للزبائن وهو ما يحدد قرار الشراء، وحكم بعد الشراء والاستخدام وهو القيمة المدركة لدى الزبائن وهي ما تحدد مستوى الرضا، حيث إذا ما تبعها قرار إعادة الشراء يؤدي هذا إلى ولاء الزبائن.

إدراك الزبون لقيمة معينة لدى الصيدليات قائم على العناصر الآتية (الطائي، العبادي، 2009):

1- **الصيدلية:** حيث يجب على الصيدلية أن تبني علاقات قوية مع زبائنها لأن الزبون يرغب بالتعامل مع الصيدلية التي يثق بها ويدرك القيمة في علاقته معها ونتيجة لذلك سيواصل تلبية حاجاته منها بكل ولاء وإخلاص.

2- **المنتجات الصيدلانية:** إذ أن القيمة لا تعني فقط بيع منتوج مكافئ بسعر معتدل أو منخفض فإلى جانب المنتج والسعر تقاس القيمة من ناحية أخرى.

3- **الجودة:** وما تتضمنه من الصورة الذهنية للصيدلية والخدمة المرافقة للمنتج.

4- **السلوك الشرائي:** حيث يعد الركيزة الأساسية التي تنبع منها الدراسات التسويقية، حيث يعد الأرض الخصبة لإنبات الجودة المناسبة والتي تلائم حاجات ورغبات الأفراد.

5-2 رضا الزبائن

تسعى أي صيدلية إلى تحقيق رضا الزبون، ذلك أنها وجدت أصلا من أجل تلبية حاجاته ورغباته من خلال تقديمها للمنتجات أو الخدمات، إذن جوهر عمل الصيدلية هو الزبون. لقد تم تعريف رضا الزبون بعدة طرق مختلفة ويجادل الباحثون في الوقت الحاضر أن هناك فرقاً بين رضا العميل بالنسبة للمنتجات الملموسة ورضا الزبون بالنسبة للخدمات وأن كلا من رضا الزبون نحو المنتجات أو الخدمات يتأثر بعدة عوامل مختلفة، وهناك اتفاق أن الرضا هو إحساس الزبون بالفرح الناتج من مقارنة أداء المنتج أو الخدمة بالنسبة لتوقعاته. وقد عرفت (سامرائي، 2000) رضا الزبون بأنه الأداء الذي يجب ملاحظته ومسألة التوقعات لما يدور في خلد الزبون، وعرفه (Randy, 1999) على أنه تقويم الزبون للخدمة بعد طلبها ورضاه عندما يحقق نتيجة أفضل مما هو متوقع. بينما يرى (Kotler,

(1999 على أنه الشعور بالبهجة أبو بخيبة الأمل نتيجة مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون. ومن خلال ما تقدم يتضح أن رضا الزبون دالة لمستويات نسبية من التوقعات والأداء المدرك، أي أن الفرد لديه ثلاث حالات من الإشباع (الضمور، 2002):

1- إذا تجاوزت النتائج توقعات الزبون فإنه سيشعر برضا عال.

2- إذا تساوت النتائج لتوقعات الزبون فسوف يشعر بالرضا.

3- إذا لم تصل النتائج إلى مستوى توقعات الزبون فسوف يشعر بعدم الرضا.

أهمية رضا الزبون:

تنبع أهمية رضا الزبون من كونها تؤثر على تصرفاته اتجاه الصيدلية التي تعامل معها، ويعد رضا الزبون من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أداء الصيدلية. إذ أكد كل من (Hoffman & Baston, 1997) على الأمور الآتية لأنها الوسيلة المعبرة عن رضا الزبون بالنسبة لأداء منظمة وكالآتي:

1- إذا كان الزبون راضياً عن أداء المنظمة فإنه سيتحدث إلى الآخرين مما يولد زبائن جدد.

2- إذا كان الزبون راضياً عن أداء المنظمة فإن قراره بالعودة للتعامل معها سيكون سريعاً.

3- رضا الزبون عن المنظمة سيقلل من احتمال توجهه إلى منظمات أخرى منافسة.

4- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمنظمة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المنظمة إلى تطوير خدماتها المقدمة للزبائن.

5- يعد رضا الزبون مقياس لجودة الخدمة المقدمة.

العوامل المؤثرة على رضا الزبون:

يتأثر رضا الزبائن عن صيدلية ما بعدة عوامل تأتي نتيجة رضاهم من خبرة سابقة مع الصيدلية وبالشكل الذي حقق لهم قناعة ورضا نتيجة توافر العوامل الآتية:

1- **الجودة:** تعتمد على إدراك متطلبات زبائن الصيدليات بحيث يصبح تعريف الجودة مجموعة الخصائص الشمولية في السلع والخدمات المؤثرة في تلبية حاجات الزبون الظاهرية والضمنية. وكذلك إرضائهم من خلال إشباع حاجاتهم ورغباتهم بالجودة المناسبة لتحقيق الرضا (Kumar, 2000).

2- **السعر:** يحتل السعر أهمية كبيرة لدى زبائن الصيدليات أكثر من أي متغير آخر ويعد الميزة التنافسية والذي يحكم ولاء الزبون لأي صيدلية.

3- **الخدمة:** إن الخدمات تتسم بخصائص ومنافع تختلف عن السلع والمنتجات ومن أهم هذه الصفات أنها غير ملموسة تجهز وتستهلك لحظة الطلب عليها، بالإضافة إلى كونها غير متجانسة ولا يمكن امتلاكها من قبل الزبون، لكنها تتسم بالإبداعية باعتبارها أفكار واستشارات ومنافع وتسهيلات ترسخ بالذاكرة وتتطلب من الزبون المساهمة مع مقدم الخدمة في الحصول على الخدمة (الطائي، 2004).

4- **الوقت:** تحاول معظم الصيدليات اليوم أن تركز على تخفيض الوقت اللازم لإنجاز طلبات الزبائن لتتمكن من تلبية حاجاتهم بالوقت المناسب من أجل تحقيق رضاهم وكسب ميزة تنافسية جديدة.

6-2 الولاء

ويعرف الولاء بأنه التزام عميق من قبل المستهلك للقيام بشراء المنتج أو الخدمة المفضلة بشكل متكرر في المستقبل (Yuping, 2007). كما أشار (Chang & Chen, 2007) أن ولاء الزبائن يأتي بعد الرضا عن خدمات أو منتجات الشركة، حيث أن الزبون الراضي يكون أكثر موالاة للشركة بمجرد أنه راض عنها، وقد أصبح التركيز على تطور ولاء الزبون مهماً بالنسبة للاستراتيجية التسويق في السنوات الأخيرة بسبب المنافع المرتبطة بالاحتفاظ بالزبائن الحاليين. ويتضمن مفهوم الولاء مجموعة مختلفة من الأفكار والتي تقبل جميعها أن فكرة الولاء هو عملية الاحتفاظ بالزبائن لأطول فترة ممكنة (Duffy, 2003). يعتبر ولاء الزبائن الركيزة الأساسية لبناء علاقة دائمة و متميزة مع الصيدليات، حيث تعتبر هذه الصيدليات التي كسبت ولاء الزبائن هي الأمل الوحيد الذي يمكنه تحقيق رغباتهم وحاجاتهم مما ينعكس ايجابيا على الصيدليات بتعزيز المركز التنافسي وتدعيم الميزة التنافسية، ورفع الأرباح وزيادة الحصة السوقية، وكما أن الولاء الدائم لزبائن الصيدليات يتطلب السعي لتحقيق مستويات مرتفعة من الرضا لهم بشكل مستمر من خلال تحقيق التطابق بين القيمة المتوقعة للزبائن والقيمة المدركة لهم.

أنواع الولاء:

قسم (توفيق، 2007) الولاء إلى الأنواع الآتية:

- **ولاء الاحتكار:** وهو في حال عدم وجود بدائل أمام الزبون.
- **الولاء الخامل:** وهو الكسل أو عدم رغبة الزبون في البحث عن بديل آخر.
- **ولاء الملائمة:** مثل أن يكون موقع الصيدلية قريب من سكن الزبون وملائم له.

- **ولاء السعر:** وهو أن يعرف الزبون أسعار المنتجات البديلة ويحرص على شراء الأرخص.
- **الولاء المحفز:** وهذا الولاء يتم استمداده من الجوائز المقدمة للزبائن الأكثر شراءً أو ولاءً.
- **الولاء العاطفي:** وهو الولاء لأسم تجاري معين.

7-2 إدارة العلاقات مع الزبائن

يعد الاهتمام بإدارة العلاقات مع الزبائن عامل مهم يحظى بأهمية قلية لدى الصيدليات، ولتحسين أداء الصيدليات وتحقيق الميزة التنافسية من خلال الاحتفاظ بالزبائن لفترة طويلة لابد من إعداد برامج خاصة لإدارة العلاقات مع زبائنهم حيث أن الهدف العام لإدارة العلاقات مع الزبائن (Customer Relationship Management) (CRM) هو تحسين فاعلية التسويق وزيادة قيمة الزبون أو إيجاد قيم متبادلة يمكن أن تنجز بزيادة الكفاءات أو الفاعليات التسويقية (الطائي، العبادي، 2009). وقد عرف كلا من (Sawhney & Zabin, 2001) إدارة علاقة الزبون بأنها القدرة على الحوار المستمر مع الزبائن باستعمال تشكيلة من الوسائل المختلفة التي تعمل على البقاء باتصال دائم مع الزبون. أي أنها تقنية معلومات تركز على الاتصال بين طرفين أو أكثر. وإدارة العلاقات مع الزبائن هي فلسفة أعمال تسمح للمنظمة بفهم تفكير وتصرفات الزبائن وتحليل احتياجاتهم ومعرفة تطلعاتهم من خلال المعلومات المخزنة في قواعد البيانات، حتى تتمكن الشركات للتوصل لما يرغبون به وأيضاً التنبؤ بسلوكهم مستقبلاً واتخاذ القرارات التسويقية الصائبة من حيث التوقيت والنوعية للمحافظة على مستوى ربحية أعمالها وتنميتها (Bygstad, 2003).

يشمل الإطار العام لعملية إدارة علاقة الزبائن على أربع عمليات فرعية (الطائي، العبادي، 2009):

1- عملية تشكيل علاقة الزبون.

2- عملية الحكم على العلاقة.

3- عملية تقييم الأداء العلائقي.

4- عملية تطور أو تحسين (CRM).

أهداف إدارة علاقات الزبائن (الطائي، العبادي، 2009):

1- تحسين وزيادة رضا الزبون و ولاءه للمنظمة.

2-تعظيم قيمة الزبون مدى الحياة.

3-الأستغلال الأمثل لقطاعات أو أجزاء الزبائن.

4-استهداف الزبائن المربحة.

5-زيادة فاعلية وكفاءة الزبائن.

بناء نموذج لإدارة العلاقة مع الزبائن (CRM) (Kotler, 2012):

تحتاج عملية إدارة العلاقات مع الزبائن في الصيدليات إلى إدارة للمعلومات والبيانات الخاصة بالزبائن لمعرفة القيمة المدركة لديهم والعمل على زيادة الرضا لديهم من خلال تحسين جودة الخدمات الصيدلانية المقدمة لهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم ليتولد الولاء لأطول فترة ممكنة الذي يكون العامل الرئيسي لربحية الصيدليات والحصول على الميزة التنافسية.

(IDIC) هي الحروف الأولى لأحد النماذج الشاملة المعدة لتعزيز إدارة العلاقات مع الزبائن والتي تم شرحها في الفقرة التالية على شكل خطوات والتي يجب أن تحرص على تطبيقها الصيدليات في الأردن وتستخدم لعلاج جميع الحالات المعقدة التي قد تنشأ في التعامل مع الزبائن

1- تحديد الزبائن Identify Customers:

يمكن أن تنشأ علاقة مع شخص ولكن ليس مع الجمهور كله، لذلك تحديد الزبائن المحتملين والتعامل معهم أمر ضروري.

2- التفريق بين الاحتياجات والقيمة Differentiate by needs and value:

حيث أن احتياجات العملاء ومتطلباتهم تتفاوت تفاوتاً كبيراً لذا بناء توقعات عن الزبائن تكون مستنبطة من سلوكهم و الذي يؤثر في تحديد الطريقة الأمثل لخدمتهم و تلبية احتياجاتهم.

3-التفاعل مع الزبائن لتعزيز المعلومات عنهم Interact to improve knowledge:

تساعد هذه الخطوة الحصول على فكرة أفضل عن احتياجات الزبائن وهنا تبدأ عملية جمع المعلومات الخاصة بالزبون.

4- تخصيص حاجات كل زبون Customize for each customer:

وهذه الخطوة تأتي بالتواصل المستمر مع الزبائن الدائمين لتجهيز وتلبية حاجاتهم ورغباتهم وتركز على معرفة القيمة المدركة لدى الزبون.

8-2 الدراسات السابقة العربية والأجنبية

من خلال البحث والتقصي استطاع الباحث الحصول على الدراسات ذات الصلة وكما يلي:

الدراسات باللغة العربية:

تيلخ (2010). أثر جودة الخدمة الصحية على رضا المستفيدين منها في المستشفيات الخاصة والعامة في الأردن: هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمة الصحية على رضا المستفيدين منها في المستشفيات الخاصة والعامة في الأردن. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحديد مجتمع الدراسة الذي اشتمل على المستشفيات الأردنية في القطاعين العام والخاص والبالغة (103) مستشفى لعام 2009 واشتملت على (11043) سريراً، وتم أخذ عينة من هذه المستشفيات بلغت عشر مستشفيات احتوت على (3052) سريراً، وبلغت عينة الدراسة من المرضى (450) مريضاً تم اختيارهم نسبة لعدد الأسرة فيها. تم استخدام مقياس الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمة "SERVPERF" المعد سلفاً لقياس جودة الخدمة في القطاعات الخدمية المختلفة، وتم احتساب معامل الثبات للمقياس عن طريق استخدام معادلة كرونباخ ألفا ووجد أن قيمة معامل الثبات تساوي 90%. وأهم نتائج هذه الدراسة وجود أثر لجودة الخدمة الصحية على رضا المستفيدين منها في المستشفيات الخاصة والعامة، بالإضافة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر جودة الخدمة الصحية على رضا المرضى في مستشفيات القطاع الخاص قياساً على مستشفيات القطاع العام لصالح المستشفيات الخاصة. أوصت دراسة تيلخ (2010). على مواصلة العمل الجاد من قبل الجهات المسؤولة عن مستشفيات القطاع العام للارتقاء في جودة الخدمة الصحية والاستمرار في عملية التطوير والتحديث وبخاصة في مجال تأهيل الموارد البشرية ورفع كفاءة الموظفين لديها.

وتم الاستفادة من دراسة تيلخ (2010) في تحديد العوامل الداخلية التي تؤثر على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم ولكن من وجهة نظر الصيادلة وليس الزبائن وكذلك ضرورة التأهيل الوظيفي لنجاح الخدمات المقدمة من قبل أي قطاع وأيضاً بحثت هذه الدراسة في العوامل الداخلية فقط في قطاع المستشفيات التي تؤثر على رضا المستفيدين بينما دراسة الباحثة بحثت في العوامل الخارجية والداخلية في قطاع الصيدليات التي تؤثر في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من وجهة نظر الصيادلة.

الغدير، (2011). أثر عناصر المزيج التسويقي في تفضيل الصيادلة الأردنيين للدواء المحلي مقارنة مع مثيله الأجنبي: تهدف هذه الرسالة إلى معرفة أثر عناصر المزيج التسويقي في تفضيل الصيادلة الأردنيين للدواء المحلي مقارنة مع مثيله الأجنبي. اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي حيث تم توزيع (300) استبانة أعيد منها (200) استبانة صالحة للتحليل. أشارت نتائج الدراسة إلى أن عناصر المزيج التسويقي مجتمعة ومنفردة وهي (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع) تؤثر في تفضيل الصيادلة الأردنيين للدواء المحلي وكذلك وجود تأثير للعوامل الديموغرافية على العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع) والمتغير التابع المتعلق بتفضيل الصيادلة الأردنيين للدواء المحلي مع مثيله الأجنبي. وأهم ما أوصت به دراسة الغدير، (2011) أهمية دعم الصناعة المحلية الدوائية، مع ضرورة اهتمام المنتجين بتحسين مستوى الجودة لمنتجاتهم واجتذاب الخبرات التسويقية للعمل بهذه الصناعة الوطنية. وتم الاستفادة من دراسة الغدير، (2011) بأهمية جودة المزيج التسويقي الأردني لتقوية العلاقة بين مستودعات الأدوية الأردنية والصيادلة من وجهة نظر الصيادلة، وأما

الباحثة بحثت في عوامل أخرى لمستودعات الأدوية تؤثر على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم أيضا من وجهة نظر الصيادلة.

الخطيب، (2012). أثر الإعلان الدوائي المباشر للزبائن على قراراتهم الشرائية: دراسة تطبيقية على الزبائن في المملكة الأردنية الهاشمية هدفت هذه الدراسة للكشف عن أثر التسويق الصيدلاني للزبائن على قراراتهم الشرائية في المملكة الأردنية الهاشمية. اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي حيث تم توزيع استبانة على (484) فردا من الزبائن في المملكة الأردنية الهاشمية. وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية للوعي الصحي بأبعاده (الوعي بالفوائد، الوعي بالمخاطر، الوعي بالتأثيرات الجانبية والوعي بالتداخلات الدوائية) مجتمعة على قرارات الزبون، ووجود أثر ذو دلالة احصائية لبعد الوعي الصحي بخطورة الدواء والوعي الصحي بالفوائد المرجوة والوعي الصحي بالأعراض الجانبية. كما تبين عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية لبعد الوعي الصحي بالتداخلات الدوائية وبعد مصدر المعلومات الطبية وكذلك لعامل المستوى المادي على قرار الزبون. وأهم ما أوصت به دراسة "الخطيب" هو ضرورة تفعيل قانون يحكم وينظم الإعلان المباشر في الأردن بما يتناسب مع التشريعات الدوائية ومصلحة الزبون ووضع لجنة مراقبة لمحتوى الإعلانات. تم الاستفادة من دراسة الخطيب (2012) بأخذ عوامل أخرى (خارجية وداخلية) تؤثر على قرار الشراء لدى زبائن الصيادلة بناء على ما أوصت به الدراسة حيث أن عملية المراقبة للإعلان تتم من خلال المؤسسات الحكومية والعامة ومصلحة الزبون تؤثر بها عوامل أخرى بالإضافة للوعي الصحي بأبعاده، حيث اكتفت هذه الدراسة بأبعاد الوعي الصحي فقط وتأثيرها على قرار الشراء لدى الزبائن.

قام علي، (2013). بوضع نموذج مقترح لبيان أثر برامج الولاء وجودة الخدمة وسعرها على رضا العملاء وولائهم في قطاع الخدمات: هدفت هذه الدراسة إلى تطوير نموذج مقترح لبيان أثر برامج الولاء وجودة الخدمة وسعرها على رضا العملاء وولائهم في قطاع الخدمات، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد صممت استبانة وفقا لنموذج ليكرت الخماسي. تألف مجتمع الدراسة من الفنادق الأردنية وشركات الاتصال، وتكونت العينة من 600 مفردة، لاستخراج نتائج الدراسة تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS.أهم نتائج دراسة علي، (2013)،وجود أثر ذو دلالة إحصائية (لبرامج الولاء غير المالية، جودة الخدمة، سعر الخدمة) على رضا العميل في قطاع الخدمات ووجود أثر ذو دلالة إحصائية (الرضا العميل، برامج الولاء غير المالية، جودة الخدمة وسعرها) على ولاء العميل في قطاع الخدمات. وأهم ما أوصت به هذه الدراسة التركيز على برامج الولاء بهدف كسب حصة سوقية أكبر وبناء علاقات مستدامة مع العملاء. تم الاستفادة من هذه الدراسة بتحديد المحاور الخاصة لجودة الخدمة والولاء، غير أن هذه الدراسة شملت قطاعات الفنادق وشركات الاتصال وركزت على العوامل الداخلية فقط للقطاعات وكانت العينة المستهدفة من العملاء، بينما في دراسة الحويطات والشيخ سالم (2016)، تم التركيز على قطاع الصيدليات والأخذ بعين الاعتبار العوامل الخارجية والداخلية التي تساهم في تطوير الخدمات الصيدلانية والتي تؤدي في النهاية لبناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة".

قامت الحويطات، (2015). بدراسة حقوق العمل للصيادلة الأردنيين العاملين في صيدليات القطاع الخاص وأثرها على رضاهم: هدفت هذه الدراسة لتطبيق حقوق العمل للصيادلة العاملين في صيدليات القطاع الخاص نظرا لتفاوت وجهات النظر لدى أصحاب الصيدليات في القطاع الخاص

عن حقوق العمل للصيادلة العاملين لديهم وعدم الالتزام بقوانين العمل الأردني بالإضافة إلى عدم وجود رضا والوعي الكافي من قبل الصيادلة العاملين بوجود قوانين تحمي حقوقهم لدى أصحاب العمل. تألف مجتمعها من الصيادلة العاملين في صيدليات القطاع الخاص والمنتسبين لنقابة الصيادلة وبالأخص في منطقة "عمان"، وتألفت العينة من (79) صيدلاني وصيدلانية، اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي والميداني. وكانت أهم النتائج غياب كبير لكثير من حقوق العمل وأبرزها الراتب الجيد، وغياب دور نقابة الصيادلة في متابعة هذه الحقوق. وأهم ما أوصت به دراسة الحويطات، (2015) أن تعرض الدراسة على وزارة العمل و وزارة الصحة ونقابة الصيادلة الأردنية لمتابعة وتطبيق حقوق العمل بما يضمن أمن واستقرار وكرامة الصيادلة في الأردن وحماية مصالح المهنة كي تعود بالأثر الطيب على الصيادلة وأفراد المجتمع وتطوير مهنة الصيدلة لتساهم في تعزيز نهضة الأردن. تم الاستفادة من هذه الدراسة بمعرفة مدى رضا الصيادلة عن نقابتهم وأثرها على أدائهم ومدى دور نقابة الصيادلة الأردنية والمؤسسات الحكومية في تطوير مهنة الصيدلة وحماية حقوقها مما ساعد الباحثة في البحث عن بقية العوامل الخارجية (للمؤسسات الحكومية والعامة) المسؤولة عن قطاع الصيدلة والداخلية المؤثرة على بناء علاقة متميزة بينن الصيادلة وزبائنهم من وجهة نظر الصيادلة.

الخصاونة، (2014). **أثر ادارة علاقات الزبائن في تحقيق رضا الزبون في شركات تمويل المشاريع الصغيرة:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ادارة علاقات الزبائن في تحقيق رضا الزبون في شركات تمويل المشاريع الصغيرة، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع شركات التمويل للمشاريع الصغيرة العامة في العاصمة "عمان"، والبالغ عددها (7) شركات. أما عينة الدراسة فتكونت من (450) مستجيب من زبائن هذه الشركات. وقد تم تطوير استبانة لجمع المعلومات والبيانات

الخاصة بالمبحوثين في الدراسة. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي في تحليل البيانات. أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة أن هناك تأثير للاتصال والتحاور مع الزبائن على رضا الزبون في شركات التمويل للمشاريع الصغيرة، بالإضافة أن هناك تأثير لكفاءة الموظفين على رضا الزبون في شركات التمويل للمشاريع الصغيرة. وأهم ما أوصت به دراسة الخصاونة، (2014)، العمل على توسيع نطاق استخدام ادارة العلاقة مع الزبائن بحيث يشمل كافة الأنشطة التسويقية للاستفادة منها في الأقسام الأخرى لدى الشركات عند الحاجة. استفادت الباحثة من هذه الدراسة على ضرورة تطوير ادارة العلاقات مع الزبائن في قطاع الصيدليات وأثرها على رضا الزبائن بالإضافة لأهمية كفاءة الموظفين لديها، وبحثت دراسة الخصاونة، (2014) على ادارة العلاقات مع الزبائن في شركات التمويل الصغيرة كعامل مستقل يؤثر على رضا الزبائن بينما الباحثة بحثت في ادارة العلاقات مع الزبائن في قطاع الصيدليات كعامل تابع تؤثر عليه عوامل خارجية وداخلية متعددة.

الدراسات باللغة الانجليزية:

Bernard, et al, (2012). The Relationship between Customer Service Quality and Customer Loyalty among Retail Pharmacies in Western Kenya:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اثر جودة العلاقة على ولاء العملاء لدى شركات الأدوية العاملة بالتجزئة في غرب كينيا. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، حيث تكون مجتمع الدراسة من (60) شركة من شركات الأدوية، في حين تكونت العينة من (52) شركة من مجتمع الدراسة المذكور انفا. واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة العلاقة وأبعادها على ولاء العملاء، وعلى مستوى الرضا والالتزام والذي

بدوره يؤثر على ولاء العميل ومن ثم الحفاظ على العميل. كما ساهمت الدراسة في دعم الحقل الأكاديمي المختص في دراسة العلاقة بين الصيدلي والعملاء ووضحت التعاونية والخدمية بينهم باستخدام أدلة تجريبية لاختبارات جودة الخدمات المقدمة. وقد أوصت الدراسة إلى أنه على شركات الأدوية التركيز على أنشطة جودة الخدمة التي من خلالها يمكن ضمان رضا العملاء وكسب ثقتهم والتزامهم الذي يساهم في تحقيق الميزة التنافسية. وقد تكونت متغيرات الدراسة من المتغير المستقل نوعية العلاقة والذي يندرج تحته متغيرات الرضا، الثقة، جودة الخدمة والالتزام. والمتغيرات الوسيطة المتمثلة في داخل النفسية، السياقية والظرفية. والمتغير التابع ولاء العملاء. تمت الاستفادة من دراسة Bernard et al,(2012) من خلال تركيزها على أهمية جودة الخدمات المقدمة من قبل الصيدليات وأثرها الإيجابي على العملاء والمتغيرات المستخدمة وضرورة البحث في عوامل أخرى استكمالا لهذه البحث وهذا ما تقوم به الدراسة الحالية بالإضافة إلى تركيزها على العوامل الداخلية كغيرها من الدراسات السابقة التي تؤثر في علاقة الصيادلة بالعملاء وكذلك أخذت الرضا فقط كمتغير تابع بعكس دراستي بالإضافة إلى اختلاف البيئة التي تمت بها هذه الدراسة.

Salhab ,(2013).The Impact of Relationship Marketing on Customer Retention in the Pharmaceutical Sector:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة أثر عوامل التسويق بالعلاقات على الاحتفاظ بالزبائن من خلال جودة تلك العلاقات في قطاع الأعمال الدوائي. اعتمدت دراسة Salhab, (2013) على وجهات نظر الزبائن وهم صيادلة التجزئة والذين يتعاملون بشكل مباشر مع مزودي شركات الأدوية. واستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي حيث تم جمع المعلومات من خلال استبانة وزعت إلى عينة اجمالية

تشمل(500) صيدلية تجزئة تقع في عمان والزرقاء. أظهرت نتائج الدراسة أن عوامل التسويق بالعلاقات كمتغير مستقل (الاتصالات، خبرة البائع، مقارنة البدائل، والتعاون والاعتماد على البائع) لها تأثير متفاوت على تراكيب جودة العلاقة كمتغير وسيط (الثقة، الالتزام، والرضا)، وأن تراكيب جودة العلاقة لها تأثير متفاوت على الاحتفاظ بالزبائن كمتغير تابع. في حين أن خبرة البائع هو العنصر الأكثر تأثيرا على جودة العلاقة من ضمن عوامل التسويق بالعلاقات، حيث كان له أثر موجب وذو دلالة إحصائية على جودة العلاقة. أوصت دراسة (Salhab, 2013) مدراء التسويق في الشركات الدوائية عن أهمية تطبيق التسويق بالعلاقات من خلال الأنشطة التسويقية الخاصة بهم، وتعزيز جودة العلاقة للاحتفاظ بالزبائن. تمت الاستفادة من هذه دراسة في اختيار عوامل المتغير المستقل للمستودعات الدوائية حيث سأكمل بقية عوامل أوصت الدراسة بالبحث عنها ومن ضمنها التسهيلات وهي ما أشرت إليه في بحثي في عنصري الالتزامات المالية والحوافز بالإضافة لعدة عوامل جديدة مهمة كتحمل المخاطر وغيرها من العوامل التي لم يتم بحثها في هذه الدراسة.

Lee, et al, (2014). Factors Affecting Customer Satisfaction with Pharmacy Franchises:

هدفت الدراسة إلى توضيح أبرز العوامل المؤثرة في تطوير امتيازات الصيدليات من خلال دراسة النمط أو السلوك الاستهلاكي وكذلك أثر العملاء على إدارة امتيازات الصيدليات، كما وهدفت إلى التعرف على أبرز العوامل المؤثرة في ولاء ورضا الزبائن عن هذه الصيدليات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، حيث استخدم المسح الالكتروني لجمع البيانات الأولية من عينة دراسة تكونت من (503) من العملاء وقد استخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية للتعامل مع البيانات المجموعة من

عينة الدراسة. وتوصلت دراسة (Lee, et al., 2014) إلى نتائج أهمها أن الخدمة المقدمة من قبل الصيادلة تعد عاملاً مهما مؤثراً إيجابيا على رضا وولاء العملاء فضلاً عن كونه يساعد على الحفاظ عليهم. كما بينت نتائج الدراسة أن الخدمة الصيدلية تشكل عاملا مهما فيما يتعلق برضا العملاء، كما توضح أن العملاء ينظرون للصيدليات ومراكز الدواء على أنها أماكن للصحة والجمال وليس فقط للأمراض. وقد أوصت الدراسة إلى أهمية توعية العميل كيفية التحقق من دقة التعليمات وجرعات الدواء من مصادر موثوقة، كما يجب على الصيدليات تركيز اهتمامهم حول كيفية تقديم أفضل الخدمات الطبية والرعاية الصحية للعملاء، ومن ثم باقي أنواع الخدمات. وقد تكونت متغيرات الدراسة من تصورات الصيدلية النخبة، خدمات الصيدلية، تخصص الصيدلي كمتغيرات مستقلة، و رضا العملاء كمتغير وسيط، وولاء العميل كمتغير تابع. وتم الاستفادة من الدراسة بأنها أوضحت علاقة الصيادلة بالعملاء لا يقف على صرف الأدوية وهذا ما تطمح اليه الباحثة لإظهار العلاقة مع كافة العملاء وليس المرضى فقط حيث ركزت هذه الدراسة على بعض العوامل الداخلية بينما الباحثة ستكمل البحث عن عوامل داخلية أخرى بالإضافة للعوامل الخارجية كما ذكرت سابقا.

Alhuwaitat , Shehada, (2015). The Services Offered By The Jordanian Pharmacists Association And Their Impact On Its Members:

هدفت هذه الدراسة لبيان مدى رضا الصيادلة الأردنيين عن نقابتهم والتي هدفها الأساسي هو حماية مصالح وحقوق الصيادلة في الأردن والنهوض بهذه المهنة بما يضمن حياة كريمة لمنسبيها وكذلك لمعرفة مدى وعي الصيادلة بالهدف من وجود نقابة الصيادلة الأردنية والخدمات المقدمة من النقابة لمنسبيها وأثر هذه الخدمات على رضا الصيادلة والتي كانت تضم (الاستثمار بكل أنواعه والتأمين الصحي والقرض الحسن) حيث شكلت عينة الدراسة الصيادلة المنتسبين للنقابة في مختلف

قطاعات العمل (صيدليات خاصة، جامعات، مستودعات، وحتى أعضاء النقابة أنفسهم). اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي والميداني في تجميع البيانات ووزعت الاستبانة على(80) صيدلي وصيدلانية واعتمد منها (54) فقط. توصلت دراسة (Alhuwaitat, Shehada, 2015) أن مدى الرضا لدى الصيادلة الأردنيين اتجاه نقابتهم كان منخفض وبالمقابل جهل الكثير من الصيادلة بالخدمات التي تقدمها لهم نقابة الصيادلة والسبب هو في عدم وجود اتصال دائم بين النقابة ومنسبيها وعدم رضى البعض عن هذه الخدمات رغم علمهم بها بسبب أنها لا تتلاءم مع متطلبات الوقت الحاضر أو عدم كفاءتها والأهم هو عدم وجود الثقة لدى الكثير من الصيادلة بنقابة الصيادلة الأردنية وغياب الدور الأساسي من وجودها. أوصت هذه الدراسة على ضرورة تحسين وتعزيز دور نقابة الصيادلة الأردنية في النهوض بمهنة الصيدلة، والبحث عن عوامل أخرى تسهم في تطوير هذه المهنة.

تم الاستفادة من هذه الدراسة بمدى تأثير نقابة الصيادلة على مهنة الصيدلة والتي فتحت لي أبواب جديدة لدراسة عوامل أخرى حيث أن هذه الدراسة اقتصرت فقط على الخدمات المقدمة وهذه العوامل لها الأثر في تطوير مهنة الصيدلة وعلاقة الصيادلة بعملائهم وهو ما يخدم دراسة الباحثة الحالية وأنها ليست العامل الخارجي الوحيد المؤثر على هذه العلاقة بل هي مرتبطة بالمؤسسات الحكومية والعامة (كوزارة الصحة ومؤسسة الغذاء والدواء) في تطوير مهنة الصيدلة وعلاقتها مع العملاء.

Hwang , Young (2015**).** Pharmacists’ Roles and Factors Affecting Patient Care in Korea:

هدفت الدراسة إلى التعرف على منظور المجتمع الكوري حول دور الصيادلة في تقديم الرعاية للمرضى، وكذلك التعرف على تصورات الصيادلة حول العوامل التي تؤثر على رعايتهم للمرضى.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، حيث تكون مجتمع الدراسة من الصيادلة في كوريا، وبعينة تكونت بواقع (8) صيادلة تم إجراء مقابلات وجهاً لوجه معهم للتعرف على أدوراهم في تقديم الرعاية للمرضى. وتوصلت دراسة Hwang, young (2015) إلى وجود علاقة وثيقة الصلة بين الصيادلة وبين المرضى وعن وجود أثر إيجابي فعال لأدوار الصيادلة مقدمي الرعاية على المرضى. كما أوضحت الدراسة أن تغيير دور الصيدلي له أثار إيجابية على نظام الرعاية الصحية في كوريا الجنوبية، حيث أن دور الصيدلي يشمل وصف الأدوية أيضا وليس بيعها فقط. وقد أوصت هذه الدراسة إلى ضرورة إجراء المزيد من الأبحاث المتعلقة في دراسة دور الصيدلي في البيئة الصحية. وقد تم الاستفادة من هذه الدراسة بوجود علاقة وثيقة بين الصيادلة والمرضى ولكن هذه الدراسة كانت في كوريا وهناك اختلاف بالبيئة وأيضا بمتغيرات الدراسة حيث دراسة الباحثة ستكون في الأردن لذلك ستكون هناك اختلافات في النتائج والتوصيات بالإضافة إلى أن عينة الدراسة التي استخدمت قليلة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

3-1 منهجية الدراسة

انطلاقاً من طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها من آراء مفردات عينة الدراسة ومن خلال الأسئلة التي تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عنها فقد جاءت الدراسة الميدانية والتي تعتمد الأسلوب الوصفي والميداني والتحليلي للبيانات التي تم جمعها من خلال أداة الدراسة (الاستبانة) ثم تحليلها اعتمادا على جملة وسائل وطرق إحصائية باستخدام برنامج (SPSS) للوصول إلى النتائج التي تخدم أهداف الدراسة وعرضها عن طريق نماذج وجداول، وتهدف للتعرف على العوامل المؤثرة في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة والزبائن، كما تم الاطلاع على الأدب النظري والأبحاث العلمية والمراجع والمؤلفات والدراسات العربية والأجنبية التي تخدم هذه الدراسة.

3-2 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من قطاع الصيدليات في مختلف مناطق محافظة العاصمة عمان، حيث بلغ عددها في مدينة عمان (1473) صيدلية بناء على سجلات نقابة الصيادلة الأردنية

3-3 عينة الدراسة

استخدمت الدراسة أُسلوب (عينة الملاءمة) مع الحرص على تمثيل مختلف مناطق مدينة عمان نظراً لملاءمتها لتحقيق هدف الدراسة، اذ تم توزيع (110) استبانة تم استرجاع (105) استبانة وتم استبعاد (6) استبانات لعدم صلاحيتهم للتحليل، لتتكون عينة الدراسة من (99) من الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات و"المنتسبين لنقابة الصيادلة الأردنية، اي بنسبة (90.0%) من اجمالي الاستبانات الموزعة. والجدول (2) يبين التكرارات والنسبة المئوية لوصف عينة الدراسة:

جدول (2): وصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	33	%33.3
	انثى	66	%66.7
	الكلي	99	%100
الحالة الاجتماعية	أعزب	56	%56.6
	متزوج	43	43.4
		99	%100

المؤهل العلمي	بكالوريوس	89	%89.9
	دبلوم عالي	1	%1.0
	ماجستير	8	%8.1
	دكتوراه	1	%1.0
	الكلي	99	%100
الراتب	350 فأقل	20	%20.2
	351–أقل من 550	47	%47.5
	551 أقل –من 750	17	%17.2
	751 فأكثر	15	%15.1
	الكلي	99	%100
مدة الخبرة	أقل من سنتين	30	%30.3
	سنتين –أقل من 6 سنوات	26	%26.3
	6 سنوات –أقل من 10	12	%12.1

	10 سنوات فأكثر	31	%31.3
	الكلي	99	%100
نوع الصيدلية	مستقلة	61	%61.6
	جزء من سلسلة صيدليات	38	%38.4
	الكلي	99	%100

يتضح من الجدول (2) أن نسبة الذكور بلغت من (33.3 %) في حين بلغت نسبة الإناث من عينة الدراسة (66.7 %).

ويتضح من الجدول (2) أن نسبة من حالتهم الاجتماعية بلغت (اعزب) من عينة الدراسة (56.6 %) ونسبة من حالتهم الاجتماعية (متزوج) من عينة الدراسة (43.4 %).

كما ويتضح من الجدول (2) أن نسبة الصيادلة الحاصلين على شهادة بكالوريوس بلغت (89.9%)، ونسبة الذين يحملون شهادة الدبلوم العالي (1.0%) ونسبة الذين يحملون شهادة ماجستير (8.1%)، وكانت نسبة الذين يحملون شهادة دكتوراه (1.0%).

ويتضح من الجدول (2) أن نسبة من رواتبهم (350 فأقل) (20.2 %)، في حين أن نسبة من رواتبهم (351–أقل من 550) (47.5%)، وكانت نسبة من رواتبهم (551 أقل –من 750) (17.2%)، كما كانت نسبة من رواتبهم (751 فأكثر) من عينة الدراسة (15.1%).

ويتبين من الجدول (2) أن نسبة من مدة خبرتهم (أقل من سنتين) (30.3 %)، في حين ان نسبة من مدة خبرتهم (سنتين –أقل من 6 سنوات) (26.3%)، وكانت نسبة من مدة خبرتهم (6 سنوات –أقل من 10) (12.1%)، كما كانت نسبة من مدة خبرتهم (10 سنوات فأكثر) من عينة الدراسة (31.3%).

واخيراً يتضح من الجدول (2) أن نسبة من يعملون في صيدلية مستقلة (61.6 %)، في حين كانت نسبة من يعملون في صيدلية تابعة لسلسلة صيدليات (38.4%).

3-4 مصادر جمع البيانات

لتحقيق الغرض من الدراسة الحالية والهادفة إلى العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة": دراسة ميدانية، اعتمدت الباحثة على مصدرين لجمع البيانات لتحقيق أهداف الدراسة، وهي:

1- **المصادر الثانوية:** وهي البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المكتبية و المراجعة الأدبية للدراسات ذات الصلة، وذلك لوضع الأسس العلمية والإطار النظري مثل:

- المراجع والمصادر المتعلقة بالعوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم.
- الوثائق المتعلقة بالبيانات والمعلومات التي تخص الدراسة.
- المجلات والمؤلفات العربية والأجنبية المحكمة لتغطية الجانب النظري.
- المعلومات المتوافرة على الشبكة العنكبوتية (الانترنت).
- القوانين والأنظمة لكل من نقابة الصيادلة ومؤسسة الغذاء والدواء ووزارة الصحة.

2- **المصادر الأولية:** وهي البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الاستبيان كأداة تتناسب والجانب البحثي ومتغيرات موضوع الدراسة وذلك لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة وفقاً للنموذج المعتمد في الدراسة.

3-5 أداة الدراسة

تم بناء استبانة للكشف عن العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"، وتكونت الاستبانة من جزأين: الجزء الأول يتعلق بالمعلومات الاساسية (الديمغرافية) للعينة، ممثلة في (الجنس، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، الراتب، نوع الصيدلية، مدة الخبرة)، أما الجزء الثاني من الاستبانة فيتكون من أربعة محاور رئيسية، هم:

المحور الأول وهو دور المؤسسات الحكومية والعامة، ويشمل على خمسة مجالات وهم:

- المجال الأول وهو تطبيق القوانين والأنظمة، ويشمل على (5) فقرات (1-5).
- المجال الثاني وهو التأهيل للوظيفة، ويشمل على (3) فقرات (6-8).
- المجال الثالث وهو تطبيق المعايير الأخلاقية، ويشمل على (4) فقرات (9-12).
- المجال الرابع وهو متابعة الحملات التوعوية، ويشمل على (2) فقرتين (13-14).
- المجال الخامس وهو ممارسة الرقابة والتفتيش، ويشمل على (8) فقرات (15-21).

المحور الثاني وهو دور مستودعات الأدوية، ويشمل على خمسة مجالات وهم:

- المجال الأول وهو طريقة تسديد الالتزامات المالية، ويشمل على (3) فقرات (22-24).
- المجال الثاني وهو تحمل المخاطر، ويشمل على (2) فقرتين (25-26).

- المجال الثالث وهو توفير الطلبيات، ويشمل على (2) فقرتين (27–28).
- المجال الرابع وهو استخدام الحوافز، ويشمل على (2) فقرتين (29–30).
- المجال الخامس وهو إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية، ويشمل على (2) فقرتين (31–32).

المحور الثالث وهو الخدمات الصيدلانية، ويشمل على خمسة مجالات وهم:

- المجال الأول وهو التنظيم الداخلي، ويشمل على (2) فقرتين (33–34).
- المجال الثاني وهو المعاملة الحسنة، ويشمل على (2) فقرتين (35–36).
- المجال الثالث وهو الثقة والاعتمادية، ويشمل على (1) فقرة (37).
- المجال الرابع وهو القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن، ويشمل على (2) فقرتين (38–39).
- المجال الخامس وهو المعرفة والخبرة لدى الصيادلة، ويشمل على (2) فقرتين (40–41).

المحور الرابع وهو بناء العلاقة مع الزبائن، ويشمل على اربعة مجالات وهم:

- المجال الأول وهو القيمة المدركة، ويشمل على (3) فقرات (42–44).
- المجال الثاني وهو الرضا، ويشمل على (4) فقرات (45–48).
- المجال الثالث وهو الولاء، ويشمل على (2) فقرتين (49–50).
- المجال الرابع وهو ادارة العلاقات مع الزبائن، ويشمل على (10) فقرات (51–60).

وقد تم إعطاء كل عبارة من العبارات الخاصة بكل فقرة من أبعاد الدراسة من الاستبانة درجات لتتم معالجتها إحصائياً بحسب ليكرت وعلى النحو الآتي: أوافق بشدة (5) درجات، أوافق (4) درجات، محايد (3) درجات، لا اوافق (2) درجتان، لا اوافق بشدة (1) درجة واحدة.

وقد استخدم المقياس الآتي في تحليل البيانات:

الحد الأعلى للمقياس – الحد الأدنى للمقياس/عدد الفئات=

5−1/3=3/4=1.33 طول الفئة وبهذا تصبح الفئات على النحو الآتي:

من (1− 2.33) منخفض.

من (2.34−3.67) متوسط.

من (3.68−5) مرتفع.

3−6 صدق وثبات أداة الدراسة

قامت الباحثة باختبار الصدق الظاهري والتعرف على الأسئلة المرتبطة ببعضها، وذلك للتأكد من مدى اتساق إجابتها حتى تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها، حيث تم عرض الاستبانة على محكمين من أساتذة الجامعات من ذوي الخبرة والاختصاص بعلم إدارة الأعمال والتسويق، حيث تم الأخذ بالمقترحات والتوصيات الواردة منهم حول عباراتها، وجرى التعديل وفقا لآرائهم.

ومن أجل التأكد من أن الاستبانة تقيس العوامل المراد قياسها، والتثبت من صدقها، قامت الباحثة بإجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب

معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وذلك لأن اختبار كرونباخ ألفا يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، إضافة للثبات.

الجدول (3): معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (كرونباخ ألفا)

الرقم	المحور	قيمة (α) ألفا
1	دور المؤسسات الحكومية والعامة	0.880
2	دور مستودعات الأدوية	0.725
3	الخدمات الصيدلانية	0.838
4	بناء العلاقة مع الزبائن	0.841
	الدرجة الكلية لفقرات الاستبانة	0.882

وتدل معاملات الثبات كما هي مبينة في الجدول (3) بامتياز الأداة بمعامل ثبات مرتفع وقدرة الأداة بصورة عامة على تحقيق أغراض الدراسة. إذ يتضح من الجدول أن أعلى معامل ثبات لأبعاد الاستبانة بلغ (0.880) فيما يلاحظ أن أدني قيمة للثبات كانت (0.725). وهو ما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها الاستبانة نتيجة تطبيقها، ومن الناحية التطبيقية تعد (Alpha ≥ 0.60) مقبولة.

3-7 أدوات التحليل

بعد أن تمت عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول متغيرات الدراسة، تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي لاستخراج النتائج الإحصائية، حيث تم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Science (SPSS) لمعالجة البيانات التي تم الحصول عليها، من خلال الدراسة الميدانية للعينة المبحوثة، وبالتحديد فإن الباحثة استخدمت الأساليب الإحصائية الآتية:

- **اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha):** وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.
- **التكرارات والنسب المئوية (Frequencies):** وذلك لمعرفة توزيع عينة الدراسة على المتغيرات الديمغرافية.
- **الإحصاء الوصفي:** الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وذلك لوصف أراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة، ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة.
- **اختبار العلاقة الخطية بين المتغيرات المستقلة (collinearity).**
- **اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:** كلوموجروف –سميرنوف وشكل الانتشار
- **تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):** لاختبار تأثير مجموعة من المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

الفصل الرابع

تحليل بيانات الدراسة واختبار الفرضيات

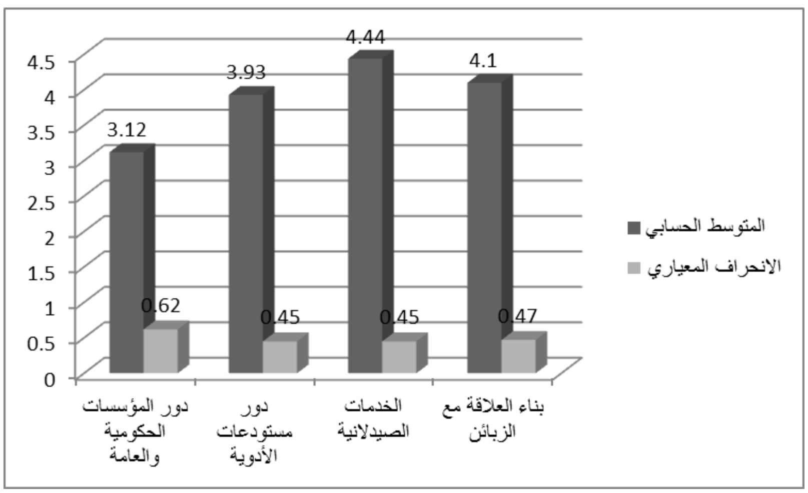
4-1 عرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

يظهر الجدول (4)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"، مقسمة إلى مجالاتها، والتي من خلالها يمكن أن نستدل على ما يلي:

الجدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"

رقم البعد	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	دور المؤسسات الحكومية والعامة	3.12	0.62	متوسطة
2	دور مستودعات الأدوية	3.93	0.45	مرتفعة
3	الخدمات الصيدلانية	4.44	0.45	مرتفعة
	الدرجة الكلية للمتغير المستقل	3.83	0.32	مرتفعة
4	بناء العلاقة مع الزبائن	4.10	0.47	مرتفعة

أظهرت النتائج أن محور دور المؤسسات الحكومية والعامة حصل على متوسط حسابي بلغ (3.12)، وانحراف معياري بلغ (0.62)، كما حصل محور دور مستودعات الأدوية على متوسط حسابي بلغ (3.93)، وانحراف معياري بلغ (0.45)، وحصل محور الخدمات الصيدلانية على متوسط حسابي بلغ (4.44)، وانحراف معياري بلغ (0.45)، كما حصل محور بناء العلاقة مع الزبائن على متوسط حسابي بلغ (4.10)، وانحراف معياري بلغ (0.47)، ويظهر الشكل أدناه المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات الدراسة:



الشكل (2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

محور دور المؤسسات الحكومية والعامة

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور دور المؤسسات الحكومية والعامة كما هو مبين في الجدول (5):

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور دور المؤسسات الحكومية والعامة

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة	درجة الموافقة
9	لدي المعرفة بالمعايير الأخلاقية التي تخص مهنتي كصيدلاني.	4.29	0.63	1	مرتفعة
12	تسهم تطوير المعايير الأخلاقية في تحسين علاقتي كصيدلاني مع الزبائن.	4.18	0.79	2	مرتفعة
16	تطبق مؤسسة الغذاء والدواء العقوبات المنصوص عليها في حال وجود مخالفات علي كصيدلاني و على الصيدلية التي أعمل بها.	3.77	0.92	3	مرتفعة
1	لدي المعرفة بالقوانين والأنظمة الخاصة بمهنة الصيدلة الصادرة عن نقابة الصيادلة الأردنية.	3.74	0.9	4	مرتفعة
15	تقوم مؤسسة الغذاء والدواء بدروها بالتفتيش على الصيدليات التي أعمل بها واكتشاف المخالفات التي تخص هذه المهنة باستمرار.	3.73	0.99	5	مرتفعة
3	لدي المعرفة بالأنظمة والقوانين الخاصة بمهنة	3.7	0.96	6	مرتفعة

	الصيدلة الصادرة عن وزارة الصحة.				
21	تطبق وزارة الصحة العقوبات المنصوص عليها في حال وجود مخالفات علي كصيدلاني وعلى الصيدلية التي أعمل بها.	3.58	0.97	7	متوسطة
2	لدي المعرفة بالقوانين والأنظمة الخاصة بمهنة الصيدلة الصادرة عن مؤسسة الغذاء والدواء.	3.55	1.07	8	متوسطة
11	تلزمني مؤسسة الغذاء والدواء بكافة المعايير الأخلاقية الخاصة بمهنة الصيدلة.	3.53	0.82	9	متوسطة
20	تباشر وزارة الصحة عملية التفتيش على الصيدلية التي أعمل بها باستمرار لاكتشاف أي مخالفات تخص مهنة الصيدلة.	3.51	0.98	10	متوسطة
10	تلزمني نقابة الصيادلة الأردنية بكافة المعايير الأخلاقية الخاصة بمهنة الصيدلة.	3.43	1.21	11	متوسطة
17	تساهم الرقابة والتفتيش من خلال مؤسسة الغذاء والدواء في تطوير أدائي كصيدلاني.	3.39	1.06	12	متوسطة
4	تحمي هذه القوانين والأنظمة مصالحي كصيدلاني.	3.12	1.16	13	متوسطة

5	تنهض هذه القوانين والأنظمة بمهنة الصيدلة.	2.95	1.18	14	متوسطة
8	تساعدني دورات التأهيل للوظيفة من إيجاد فرص عمل أفضل.	2.9	1.16	15	متوسطة
19	تساهم نقابة الصيادلة الأردنية بتطبيق العقوبات على صاحب الصيدلية في حال عدم تطبيق حقوق العمل الخاصة بي.	2.87	1.23	16	متوسطة
7	تساعدني دورات التأهيل للوظيفة المقدمة من نقابة الصيادلة الأردنية في تطوير عملي.	2.84	1.09	17	متوسطة
6	لدي العلم بدورات التأهيل للوظيفة المقدمة من قبل نقابة الصيادلة الأردنية.	2.79	1.13	18	متوسطة
13	تتواصل معي نقابة الصيادلة الأردنية من خلال الحملات التوعوية لتطوير مهنتي وأدائي كصيدلاني.	2.54	1.04	19	متوسطة
18	تهتم نقابة الصيادلة الأردنية بمتابعة الحقوق الخاصة بي كصيدلاني.	2.48	1.26	20	متوسطة
14	تهتم مؤسسة الغذاء والدواء بالحملات التوعوية لاطلاعي على كل ما هو جديد ويخص الأنظمة	2.39	1.08	21	متوسطة

	والقوانين والمنتجات الدوائية.				
	الكلي	3.12	0.62		متوسطة

يظهر الجدول (**5**) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (4.29 –2.39) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام البالغ (3.12). وجاءت الفقرة (9) التي تنص على أنه: " لدي المعرفة بالمعايير الأخلاقية التي تخص مهنتي كصيدلاني " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.29)، وانحراف معياري بلغ (0.63)، وجاءت الفقرة (14) والتي تنص على أنه: " تهتم مؤسسة الغذاء والدواء بالحملات التوعوية لاطلاعي على كل ما هو جديد ويخص الأنظمة والقوانين والمنتجات الدوائية " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.39)، وانحراف معياري بلغ (1.08).

محور دور مستودعات الأدوية

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور دور مستودعات الادوية كما هو مبين في الجدول (**6**):

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور دور مستودعات الادوية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة	درجة الموافقة
32	إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها تساعدني كصيدلاني بمدى توفير أصناف معينة من المنتجات الدوائية واختيار الكمية المناسبة منها.	4.31	0.6	1	مرتفعة
28	كفاءة مستودعات الأدوية بتوفير الطلبيات التي تحتاجها الصيدلية يساعد في نجاح عملي.	4.15	0.85	2	مرتفعة
31	إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها من قبل مستودعات الأدوية تعتبر ميزة تنافسية لي كصيدلاني وضرورية لتحديد مدى تعاملي معهم.	4.13	0.78	3	مرتفعة
27	السرعة في توفير الطلبيات وبالكمية المطلوبة يشكل لي كصيدلاني ثقة وعلاقة طويلة الأجل مع مستودعات الأدوية.	4.03	0.94	4	مرتفعة

30	تساعد الحوافز المقدمة من قبل مستودعات الأدوية في زيادة ربحية الصيدلية.	4.03	0.73	4	مرتفعة
24	تساعدني طريقة تسديد الالتزامات المالية كصيدلاني مع مستودعات الأدوية بتوفير أصناف المنتجات الدوائية وبالكميات المطلوبة.	3.95	0.8	5	مرتفعة
23	تؤثر طريقة تسديد الالتزامات المالية مع مستودعات الأدوية على قدرتي بتوفير الأدوية باستمرار .	3.9	0.89	6	مرتفعة
22	يعتمد تطور علاقتي كصيدلاني مع مستودعات الأدوية على قدرتي في تسديد الالتزامات المالية.	3.87	0.91	7	مرتفعة
29	الحوافز المقدمة من قبل مستودعات الأدوية تشكل لي عامل مهم لاستمرارية التعامل معهم.	3.84	0.89	8	مرتفعة
26	تتحمل مستودعات الأدوية كامل المسؤولية في حال حدوث ضرر للمنتجات الدوائية خلال عملية ايصالها للصيدلية.	3.56	1.01	9	متوسطة
25	تتحمل مستودعات الأدوية المسؤولية كاملة في حال وجود عيوب في المنتجات الدوائية مما	3.47	1	10	متوسطة

	يسمح بتوفير الدواء الآمن.				
	الكلي	3.93	0.45		مرتفعة

يظهر الجدول **(6)** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (4.31 –3.47) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام البالغ (3.93). وجاءت الفقرة (32) التي تنص على أنه: " إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها تساعدني كصيدلاني بمدى توفير أصناف معينة من المنتجات الدوائية واختيار الكمية المناسبة منها " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي(4.31)، وانحراف معياري بلغ (0.60)، وجاءت الفقرة (25) والتي تنص على أنه " تتحمل مستودعات الأدوية المسؤولية كاملة في حال وجود عيوب في المنتجات الدوائية مما يسمح بتوفير الدواء الآمن" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.47)، وانحراف معياري بلغ (1.00).

محور الخدمات الصيدلانية

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور الخدمات الصيدلانية كما هو مبين في الجدول **(7)**:

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور الخدمات الصيدلانية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة	درجة الموافقة
35	اللطف و المعاملة الحسنة أمر ضروري لشعور الزبائن بالراحة النفسية.	4.63	0.53	1	مرتفعة
41	خبرتي عامل مهم لتطوير الخدمات المقدمة من قبل الصيدلية.	4.56	0.56	2	مرتفعة
36	اللطف والمعاملة الحسنة تتطلب مهارة في استخدامها على حسب حالة وشخصية كل زبون.	4.54	0.67	3	مرتفعة
39	السرعة في تلبية حاجات الزبائن عامل مهم لنجاح أدائي.	4.48	0.5	4	مرتفعة
34	يساعدني التنظيم الداخلي في تقديم خدمة مميزة للزبائن لزيادة حجم المبيعات.	4.4	0.59	5	مرتفعة
40	خبرتي ومدى معرفتي بكل ما يخص المنتجات الدوائية تساعدني على تقديم الدواء الذي يعطي	4.4	0.65	5	مرتفعة

	قيمة أعلى.				
37	أحرص على أداء الخدمة وفقا للوعود المقدمة.	4.37	0.72	6	مرتفعة
33	أحرص على أن يكون التنظيم الداخلي للصيدلية مريحا لجميع الأطراف التي تتعامل معها.	4.34	0.57	7	مرتفعة
38	القدرة في تلبية حاجات الزبائن تساعدني في تقديم أفضل المنتجات الدوائية دون وصفة طبية.	4.16	0.83	8	مرتفعة
	الكلي	4.44	0.45		مرتفعة

يظهر الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (4.63 –4.16) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام البالغ (4.44). وجاءت الفقرة (35) التي تنص على أنه: " اللطف و المعاملة الحسنة أمر ضروري لشعور الزبائن بالراحة النفسية " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي(4.63)، وانحراف معياري بلغ (0.53)، وجاءت الفقرة (38) والتي تنص على أنه: " القدرة في تلبية حاجات الزبائن تساعدني في تقديم أفضل المنتجات الدوائية دون وصفة طبية " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.16)، وانحراف معياري بلغ (0.83).

محور بناء العلاقات مع الزبائن

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور بناء العلاقات مع الزبائن كما هو مبين في الجدول **(8)**:

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات المتعلقة بمحور بناء العلاقات مع الزبائن

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة	درجة الموافقة
46	السرعة والقدرة في تلبية حاجات الزبائن تزيد من رضاهم اتجاه الخدمات المقدمة من قبل الصيدلية.	4.41	0.7	1	مرتفعة
43	أنمي معرفتي بكل ما يخص المنتجات وما يطرأ عليها والجديد منها لتقديم النصح والإرشاد للزبائن مما يزيد من القيمة المدركة للخدمات المقدمة من قبل الصيدلية.	4.35	0.69	2	مرتفعة
59	تقدم الصيدلية الاستشارات عبر الهاتف لمن	4.35	0.72	2	مرتفعة

	يحتاجها من الزبائن مما يسهم في تطوير علاقتها بهم.				
45	يزداد رضا الزبائن نتيجة للقيمة المدركة التي يحصلون عليها من الصيدلية والتي تزيد عن ما يتوقعونه.	4.33	0.62	3	مرتفعة
58	تصغي الصيدلية لشكاوى الزبائن وتسعى لتجنب الوقوع في نفس المشكلة مع زبائن آخرين.	4.33	0.61	3	مرتفعة
50	تفضيل الزبائن لصيدلية معينة ناتج عن ولائهم من خلال رضاهم عن المعاملة الطيبة والخاصة لبعض الزبائن الذين لديهم أمراض مزمنة أو ذوي الاحتياجات الخاصة.	4.26	0.82	4	مرتفعة
44	تزداد القيمة المدركة لدى الزبائن عند شعورهم بالراحة النفسية عند توفير أجهزة خاصة لعمل بعض الفحوصات السريعة كالسكري.	4.25	0.75	5	مرتفعة
42	تسعى الصيدلية للعمل على تحقيق الوعود المقدمة للزبائن بالوقت المحدد كما تتوقع	4.24	0.59	6	مرتفعة

	الزبائن.				
57	تعمل الصيدلية على تشجيع زبائنها بجعلها الخيار الأول دائما لتلبية حاجاتهم.	4.19	0.71	7	مرتفعة
52	تعمل الصيدلية على بناء علاقة متميزة مع الزبائن الدائمين بتوثيق معلومات خاصة بهم وتوفير احتياجاتهم ورغباتهم في الوقت المناسب.	4.16	0.85	8	مرتفعة
55	تقدم الصيدلية وجميع العاملين بها عناية و معاملة خاصة بزبائنها الدائمين.	4.12	0.82	9	مرتفعة
49	التزام الزبون بالشراء من صيدلية محددة نتيجة رضاه عن الخدمات المقدمة دلالة على ولاءه.	4.09	0.92	10	مرتفعة
60	تسعى الصيدلية لتطوير علاقتها مع الزبائن من خلال التعاون مع أخصائي التغذية والتجميل وتخصيص أيام محددة لتواجدهم في الصيدلية لتقديم النصح والإرشاد لهم.	3.98	0.97	11	مرتفعة
48	أحرص على تطوير مهاراتي في الصيدلية من	3.82	0.95	12	مرتفعة

	خلال دورات خاصة لتعلم الأسس الصحيحة للتعامل و الاتصال مع الزبائن لكسب رضاهم.				
47	العناية بالزبائن من خلال توفير مقاعد للانتظار وشبكة إنترنت يزيد من رضا الزبائن.	3.8	1.14	13	مرتفعة
51	تنظم الصيدلية علاقاتها مع الزبائن وتصنف الزبائن الحاليين والزبائن المتوقعين.	3.77	0.93	14	مرتفعة
56	تسعى الصيدلية لكسب زبائن جدد من خلال العروض المستمرة و الجذابة لبعض المنتجات والإعلان عنها عبر طرق التواصل الاجتماعي المختلفة أو لوحات الإعلان.	3.46	1.22	15	متوسطة
53	توطد الصيدلية علاقتها بالزبائن من خلال الخصومات أو الهدايا العينية.	3.27	1.31	16	متوسطة
54	تعتني الصيدلية بزبائنها الدائمين من خلال توصيل احتياجاتهم للمنازل في الحالات الضرورية والخاصة.	2.68	1.36	17	متوسطة

مرتفعة		0.47	4.10	**الكلي**	

يظهر الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (4.41 –2.68) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام البالغ (4.10). وجاءت الفقرة (46) التي تنص على أنه: " السرعة والقدرة في تلبية حاجات الزبائن تزيد من رضاهم اتجاه الخدمات المقدمة من قبل الصيدلية " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي(4.41)، وانحراف معياري بلغ (0.70)، وجاءت الفقرة (54) والتي تنص على أنه: " تعتني الصيدلية بزبائنها الدائمين من خلال توصيل احتياجاتهم للمنازل في الحالات الضرورية والخاصة " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.68)، وانحراف معياري بلغ (0.36).

2-4 اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للعوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة".

اختبار التوزيع الطبيعي لأبعاد الدراسة

تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي لأبعاد الدراسة لمعرفة اذا كانت ابعاد الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي وذلك من خلال معرفة اذا ما كانت مستوى الدلالة SIG أقل من 0.05 وهذا يعني بان البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي كما هو مبين في الجدول (**9**):

الجدول (9): اختبار التوزيع الطبيعي لأبعاد الدراسة

اسم المجال	Kolmogorov–Smirnov[a]		
	الإحصائي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
تطبيق القوانين والأنظمة	1.006	99	0.264
التأهيل للوظيفة	0.96	99	0.316
تطبيق المعايير الأخلاقية	1.345	99	0.054
متابعة الحملات التوعوية	1.342	99	0.055
ممارسة الرقابة والتفتيش	0.97	99	0.304
طريقة تسديد الالتزامات المالية	1.802	99	0.003
تحمل المخاطر	2.052	99	0.00
توفير الطلبيات	2.23	99	0.00
استخدام الحوافز	1.824	99	0.003
إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	2.55	99	0.00

التنظيم الداخلي	2.772	99	0.00
المعاملة الحسنة	3.544	99	0.00
الثقة والاعتمادية	3.004	99	0.00
القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	2.609	99	0.00
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	2.859	99	0.00
القيمة المدركة	1.582	99	0.013
الرضا	1.116	99	0.165
الولاء	1.865	99	0.002
ادارة العلاقات مع الزبائن	0.765	99	0.602

يتبين من الجدول (9) أنه في مجال تطبيق القوانين والأنظمة بلغت قيمة الإحصائي (1.006) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.264) وفي مجال التأهيل للوظيفة بلغت قيمة الإحصائي (0.96) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.316)، وفي مجال تطبيق المعايير الأخلاقية بلغت قيمة الإحصائي (1.345) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.054) وفي مجال متابعة الحملات التوعوية بلغت قيمة الإحصائي (1.342) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.055)، كما يبن أنه في مجال ممارسة الرقابة والتفتيش للعمل بلغت قيمة الإحصائي (0.97) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.304) وفي مجال طريقة تسديد الالتزامات المالية بلغت قيمة الإحصائي (1.802) في حين بلغت

مستوى الدلالة (0.003)، وفي مجال تحمل المخاطر بلغت قيمة الإحصائي (2.052) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000) وفي مجال توفير الطلبيات بلغت قيمة الإحصائي (2.23) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000)، وفي مجال استخدام الحوافز بلغت قيمة الإحصائي (1.824) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.003) وفي مجال إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية بلغت قيمة الإحصائي (2.55) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000)، وفي مجال التنظيم الداخلي بلغت قيمة الإحصائي (2.772) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000)، وفي مجال المعاملة الحسنة بلغت قيمة الإحصائي (3.544) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000). وفي مجال الثقة والاعتمادية بلغت قيمة الإحصائي (3.004) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000) وفي مجال القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن بلغت قيمة الإحصائي (2.609) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000). وفي مجال المعرفة والخبرة لدى الصيادلة بلغت قيمة الإحصائي (2.859) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.000). وفي مجال القيمة المدركة بلغت قيمة الإحصائي (1.582) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.013)، وفي مجال الرضا بلغت قيمة الإحصائي (1.116) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.165) وفي مجال الولاء بلغت قيمة الإحصائي (1.865) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.002) واخيراً بلغت قيمة الإحصائي في مجال ادارة العلاقات مع الزبائن (0.765) في حين بلغت مستوى الدلالة (0.602).

اختبار العلاقة الخطية بين المتغيرات المستقلة

تم إجراء اختبار الارتباطات الداخلية والعلاقات الخطية لمجالات المتغيرات المستقلة (collinearity) كما هو مبين في الجدول (10)

الجدول (10): اختبار العلاقة الخطية لمجالات المتغيرات المستقلة

المتغيرات المستقلة	العلاقة الخطية Collinearity Statistics	
	التسامح Tolerance	قيمة VIF
تطبيق القوانين والأنظمة	.642	1.558
التأهيل للوظيفة	.539	1.856
تطبيق المعايير الأخلاقية	.629	1.589
متابعة الحملات التوعوية	.433	2.310
ممارسة الرقابة والتفتيش	.545	1.836
طريقة تسديد الالتزامات المالية	.709	1.411
تحمل المخاطر	.884	1.132

توفير الطلبيات	.648	1.544
استخدام الحوافز	.680	1.472
إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	.780	1.283
التنظيم الداخلي	.555	1.800
المعاملة الحسنة	.548	1.826
الثقة والاعتمادية	.526	1.900
القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	.584	1.713
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	.535	1.867

يتبين من الجدول (10) أن جميع قيم (VIF) كانت أقل من (5) وبذلك لا يوجد ارتباطات داخلية قوية بين المتغيرات المستقلة وبالتالي يمكن اعتبارها كلها في نموذج الانحدار.

وبالتالي فإن نموذج الانحدار يمكن استعماله للإجابة عن الفرضية الرئيسية والتي تنص على:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للعوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة،

دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"

وقد تم استخدام تحليل التباين للانحدار وتحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من اثر العوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية، والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة" كما هو مبين في الجدولين (12,11)

الجدول (11): تحليل التباين الأحادي للانحدار (ANOVA For Regression) للتحقق من اثر العوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية، والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (ف)	مستوى الدلالة
اثر العوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية)	بين المجموعات	10.817	15	.721	5.395	.000 b
	داخل المجموعات	11.095	83	.134		

على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"	المجموع	21.913	98			

* المتغير التابع: بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم

يبين الجدول (11) أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (5.395) اكبر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.00) أقل من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار جيد، كما تدل هذه النتيجة على رفض الفرضية الاحصائية الصفرية وقبول البديلة والتي تنص على **وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للعوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة**". ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغيرات المستقلة لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (12): دور معاملات الانحدار لاختبار وجود أثر للعوامل (المؤسسات الحكومية والعامة ، مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم

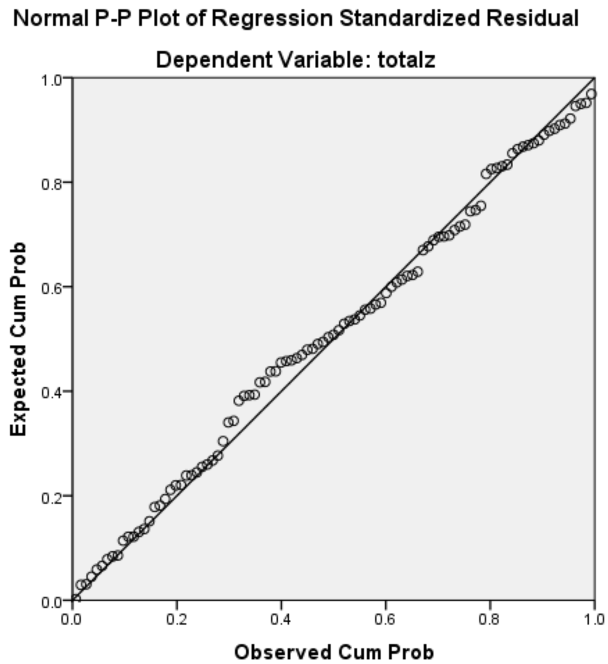
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.712	.509		1.399	.166
	تطبيق القوانين والأنظمة	.041	.057	.071	.727	.469
	التأهيل للوظيفة	-.081	.053	-.163	-1.529	.130
	تطبيق المعايير الأخلاقية	.082	.077	.105	1.067	.289
	متابعة الحملات التوعوية	.079	.060	.156	1.312	.193
	ممارسة الرقابة والتفتيش	.038	.068	.059	.555	.580
	طريقة تسديد الالتزامات المالية	-.035	.064	-.050	-.540	.591
	تحمل المخاطر	-.004	.043	-.007	-.087	.931
	توفير الطلبيات	-.042	.055	-.074	-.764	.447
	استخدام الحوافز	.051	.063	.076	.805	.423

إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	-.007	.068	-.009	-.100	.921
التنظيم الداخلي	.082	.091	.095	.908	.367
المعاملة الحسنة	.174	.096	.191	1.809	.074
الثقة والاعتمادية	.073	.070	.112	1.042	.300
القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	.266	.086	.318	3.107	.003
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	.080	.094	.091	.852	.397

معامل الارتباط R=0.703 معامل التحديد R^2= 0.494

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (**12**) وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لمجال واحد هو (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة"، إذ بلغ مستوى الدلالة (003) وهو أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها ذات دلالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (703.). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (494.) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (49.4%) من التغيرات في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم ناتجة عن التغير في العوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة، دور مستودعات الأدوية، والخدمات الصيدلانية). أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات ويبين الشكل (**3**) شكل الانتشار **(P–P Plot)**



الشكل (3): شكل الانتشار (P–P Plot)

وينبثق من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية

الفرضية الفرعية الأولى: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن".

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن. كما هو مبين في الجدولين (13،14).

جدول (13): تحليل التباين الأحادي للانحدار ِ(ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F الجدولية)	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن	بين المجموعات	8.124	5	1.625	6.307	.000 b
	داخل المجموعات	23.957	93	.258		
	المجموع	32.081	98			

* المتغير التابع: القيمة المدركة

يبين الجدول (13) أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (6.307) اكبر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.00) أقل من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار جيد، كما تدل

هذه النتيجة على رفض الفرضية الصفرية وقبول البديلة والتي تنص على **وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (14): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن

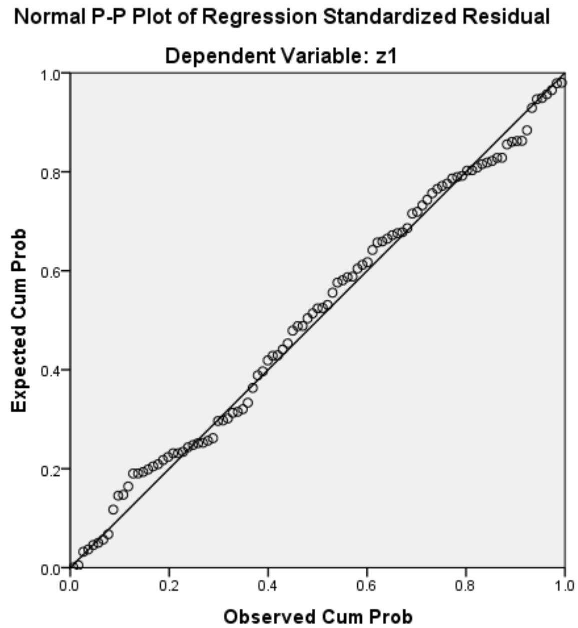
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.761	.359		7.700	.000
	تطبيق القوانين والأنظمة	.215	.074	.305	2.918	.004
	التأهيل للوظيفة	-.135	.069	-.223	-1.968	.052

تطبيق المعايير الأخلاقية	.264	.099	.281	2.661	.009
متابعة الحملات التوعوية	.062	.077	.101	.810	.420
ممارسة الرقابة والتفتيش	.000	.086	-.001	-.005	.996

R=0.503 معامل الارتباط R^2= 0.253 معامل التحديد

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (**14**) وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبعض أبعاد دور المؤسسات الحكومية والعامة (تطبيق القوانين والأنظمة، تطبيق المعايير الأخلاقية) على القيمة المدركة، إذ بلغ مستوى الدلالة في مجالين (0.009 & 0.004) أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها ذات دلالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.503). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.253) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (25.3%) من التغيرات في القيمة المدركة ناتجة عن التغير في دور المؤسسات الحكومية والعامة، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل (4) شكل الانتشار (**P–P Plot**)



الشكل (4): شكل الانتشار (P-P Plot)

الفرضية الفرعية الثانية: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين الأحادي وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Regression Multiple) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن. كما هو مبين في الجدولين **(15،16)**.

جدول (15): تحليل التباين الأحادي للانحدار (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن	بين المجموعات	3.546	5	.709	1.813	.118[b]
	داخل المجموعات	36.386	93	.391		
	المجموع	39.932	98			

* المتغير التابع: رضا الزبائن

يبين الجدول **(15)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (1.813) اصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.118) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال احصائيا، كما تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الاحصائية التي تنص على **عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (16): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن

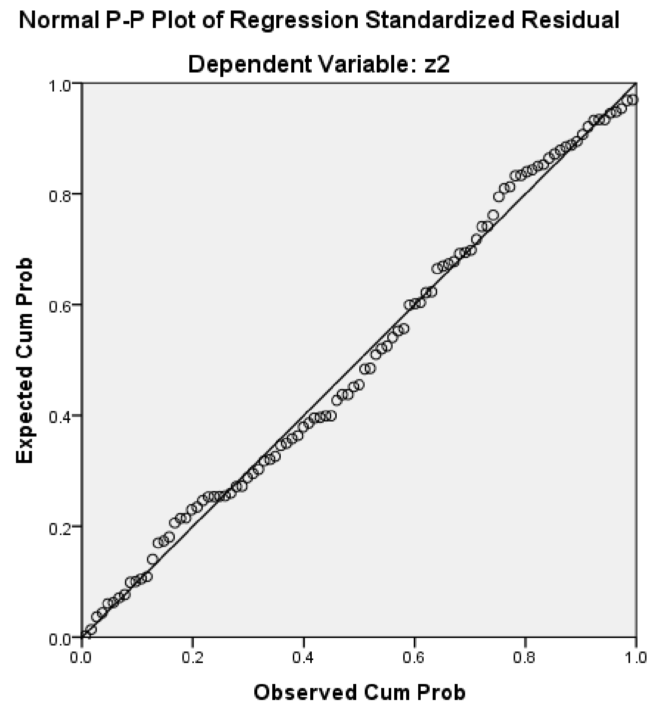
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.035	.442		6.869	.000
	تطبيق القوانين والأنظمة	.068	.091	.087	.753	.453
	التأهيل للوظيفة	-.089	.085	-.132	-1.053	.295
	تطبيق المعايير الأخلاقية	.269	.122	.256	2.198	.030

متابعة الحملات التوعوية	.049	.094	.071	.516	.607
ممارسة الرقابة والتفتيش	-.025	.106	-.029	-.237	.813

معامل الارتباط R=0.298   معامل التحديد R^2= 0.089

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(16)** وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لمجال (تطبيق المعايير الأخلاقية) على رضا الزبائن، إذ بلغ مستوى الدلالة (0.030) أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها ذات دلالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.298). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.089) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (8.9%) من التغيرات في رضا الزبائن ناتجة عن التغير في دور المؤسسات الحكومية والعامة، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(5)** شكل الانتشار (**P–P Plot**)



الشكل (5): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية الثالثة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن. كما هو مبين في الجدولين **(17,18)**.

جدول (17): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن	بين المجموعات	4.534	5	.907	1.558	.180 b
	داخل المجموعات	54.122	93	.582		
	المجموع	58.657	98			

* المتغير التابع: ولاء الزبائن

يبين الجدول (**17**) أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (1.558) أصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.180) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال احصائياً، كما تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الاحصائية الصفرية والتي تنص على **وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (18): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.805	.539		5.205	.000
	تطبيق القوانين والأنظمة	.141	.111	.148	1.275	.205
	التأهيل للوظيفة	.007	.103	.008	.066	.948

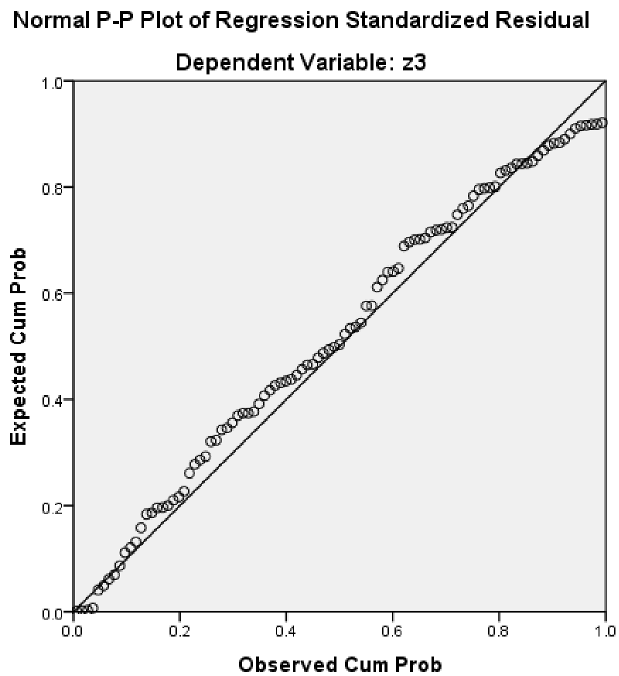
تطبيق المعايير الأخلاقية	.218	.149	.171	1.460	.148
متابعة الحملات التوعوية	-.102	.115	-.123	-.883	.380
ممارسة الرقابة والتفتيش	.084	.130	.080	.644	.521

R=0.278 معامل الارتباط　　R^2= 0.077 معامل التحديد

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(18)** عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للمؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن، إذ بلغ مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها غير دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.278). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.077) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (7.7%) من التغيرات في ولاء الزبائن

ناتجة عن التغير في دور المؤسسات الحكومية والعامة، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(6)** شكل الانتشار **(P–P Plot)**



الشكل (6): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية الرابعة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن. كما هو مبين في الجدولين **(20,19)**.

جدول (19): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن	بين المجموعات	2.404	5	.481	1.833	.114 b
	داخل المجموعات	24.392	93	.262		
	المجموع	26.797	98			

* المتغير التابع: ولاء الزبائن

يبين الجدول **(19)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (1.833) أصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.114) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال إحصائيا، كما تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الإحصائية الصفرية والتي تنص على **عدم وجود**

أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن.

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (20): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.012	.362		8.324	.000
	تطبيق القوانين والأنظمة	-.023	.074	-.036	-.315	.753

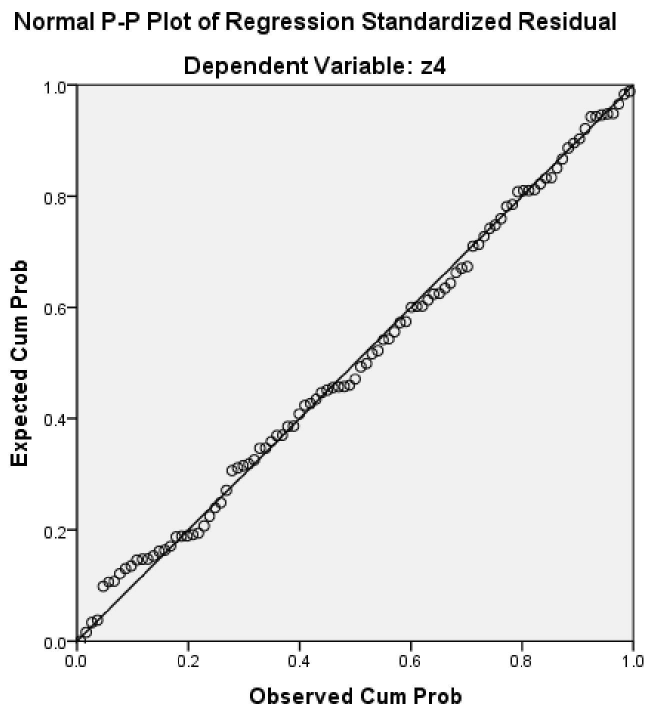
التأهيل للوظيفة	-.064	.069	-.116	-.930	.355
تطبيق المعايير الأخلاقية	.229	.100	.267	2.288	.024
متابعة الحملات التوعوية	-.058	.077	-.104	-.752	.454
ممارسة الرقابة والتفتيش	.102	.087	.145	1.174	.243

R=0.300 معامل الارتباط R^2= 0.090 معامل التحديد

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(20)** عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للمؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن، إذ بلغ مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها غير دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.300). أما معامل التحديد

R^2 ففسر ما نسبته (.090) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (9.0%) من التغيرات في ادارة العلاقات مع الزبائن ناتجة عن التغير في دور المؤسسات الحكومية والعامة، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل (7) شكل الانتشار (P–P Plot)



الشكل (7): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية الخامسة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة. كما هو مبين في الجدولين (22,21).

جدول (21): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F الجدولية)	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة	بين المجموعات	2.498	5	.500	1.571	.176 b
	داخل المجموعات	29.583	93	.318		
	المجموع	32.081	98			

* المتغير التابع: القيمة المدركة

يبين الجدول (21) أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (∝ = 0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (1.571) أصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.176) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال احصائياً، كما تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الاحصائية الصفرية التي تنص على **عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (22): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة

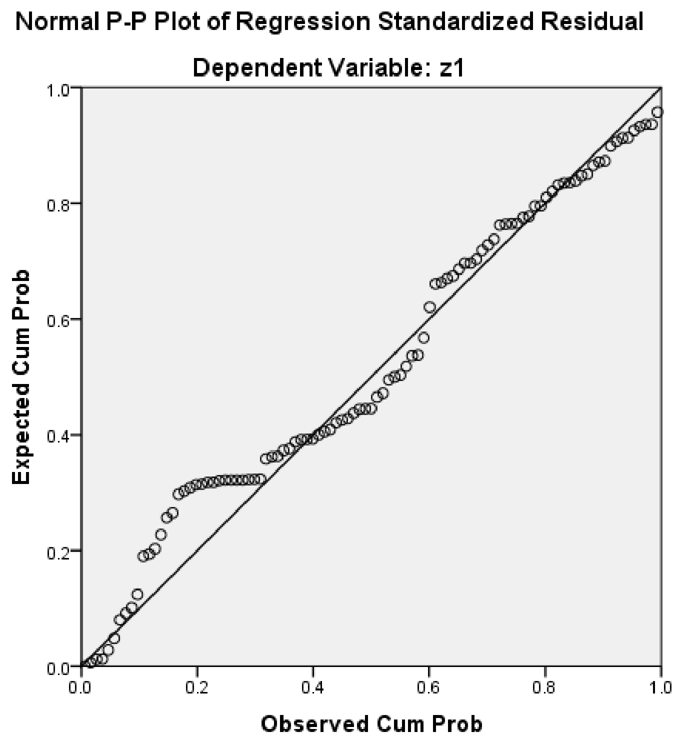
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.010	.530		5.678	.000

طريقة تسديد الالتزامات المالية	.160	.091	.192	1.755	.082
تحمل المخاطر	.002	.063	.004	.035	.972
توفير الطلبيات	.015	.081	.022	.188	.851
استخدام الحوافز	–.022	.096	–.028	–.232	.817
إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	.157	.099	.170	1.588	.116

معامل الارتباط R=0.279   معامل التحديد R^2= 0.078

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (22) عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة، إذ بلغ مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها غير دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.279). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.078) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (7.8%) من التغيرات في القيمة المدركة ناتجة عن التغير في دور مستودعات الأدوية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(8)** شكل الانتشار **(P–P Plot)**



الشكل (8): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية السادسة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن. كما هو مبين في الجدولين (**24,23**).

جدول (23): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن	بين المجموعات	2.933	5	.587	1.474	.206 b
	داخل المجموعات	36.999	93	.398		
	المجموع	39.932	98			

* المتغير التابع: رضا الزبائن

يبين الجدول **(23)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (1.474) أصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.206) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال احصائياً، كما تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الاحصائية الصفرية التي تنص على **عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (24): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن

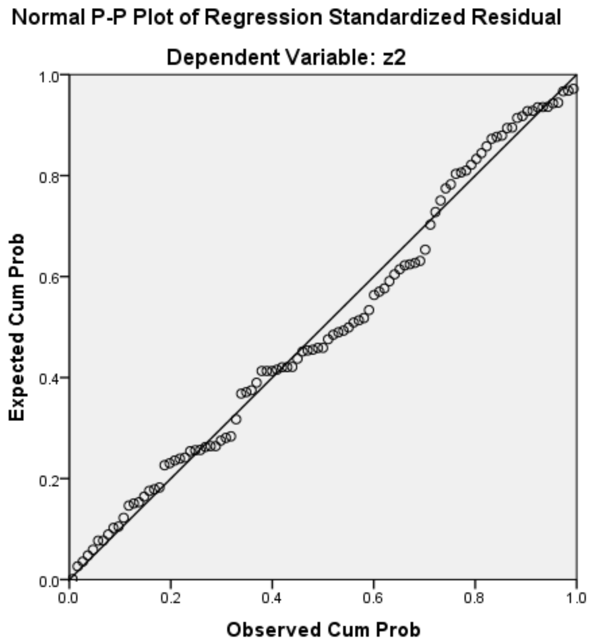
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.878	.593		6.540	.000
	طريقة تسديد الالتزامات المالية	-.127	.102	-.136	-1.246	.216
	تحمل المخاطر	.062	.070	.089	.886	.378
	توفير الطلبيات	-.089	.090	-.116	-.988	.326

استخدام الحوافز	.244	.107	.271	2.285	.025
إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	–.025	.111	–.024	–.222	.825

معامل الارتباط R=0.271 معامل التحديد R^2= 0.073

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(24)** وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن في مجال (استخدام الحوافز) ، إذ بلغ مستوى الدلالة (0.025) وهو أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها ذات دلالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.271). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.073) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (7.3%) من التغيرات في رضا الزبائن ناتجة عن التغير في دور مستودعات الأدوية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(9)** شكل الانتشار(**P–P Plot)**



الشكل (9): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية السابعة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن. كما هو مبين في الجدولين **(26,25)**.

جدول (25): تحليل التباين الأحادي ِ(ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F الجدولية)	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن	بين المجموعات	1.965	5	.393	.645	.666b
	داخل المجموعات	56.691	93	.610		
	المجموع	58.657	98			

* المتغير التابع: ولاء الزبائن

يبين الجدول **(25)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (0.654) أصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.666) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال احصائياً، كما تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الاحصائية الصفرية التي تنص على **عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (26): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن

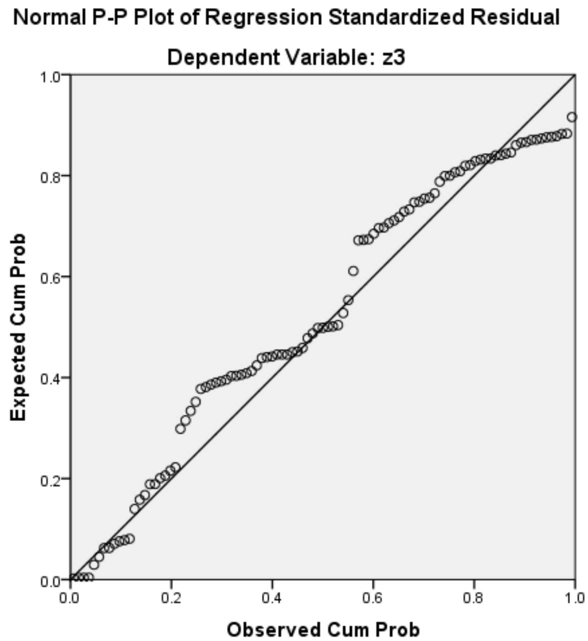
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.778	.734		5.148	.000
	طريقة تسديد الالتزامات المالية	−.012	.127	−.010	−.093	.926
	تحمل المخاطر	−.012	.087	−.014	−.135	.893
	توفير الطلبيات	.069	.112	.074	.618	.538

استخدام الحوافز	-.169	.132	-.155	-1.278	.205
إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	.206	.137	.165	1.502	.136

معامل الارتباط R=0.183 معامل التحديد R^2= 0.034

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(26)** عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن، إذ بلغ مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها غير دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.183). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.034) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (3.4%) من التغيرات في ولاء الزبائن ناتجة عن التغير في دور مستودعات الأدوية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(10)** شكل الانتشار **(P–P Plot)**



الشكل (10): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية الثامنة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن. كما هو مبين في الجدولين (**28,27**).

جدول (27): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية)	مستوى الدلالة (Sig)
أثر دور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن	بين المجموعات	1.000	5	.200	.721	.609 b
	داخل المجموعات	25.797	93	.277		
	المجموع	26.797	98			

* المتغير التابع: ادارة العلاقات مع الزبائن

يبين الجدول (**27**) أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان غير معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (0.721) أصغر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.609) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار غير دال احصائياً، كما

تدل هذه النتيجة على قبول الفرضية الاحصائية الصفرية والتي تنص على **عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى ($\propto= 0.05$) لدور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (28): معاملات الانحدار للتحقق من أثر دور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن

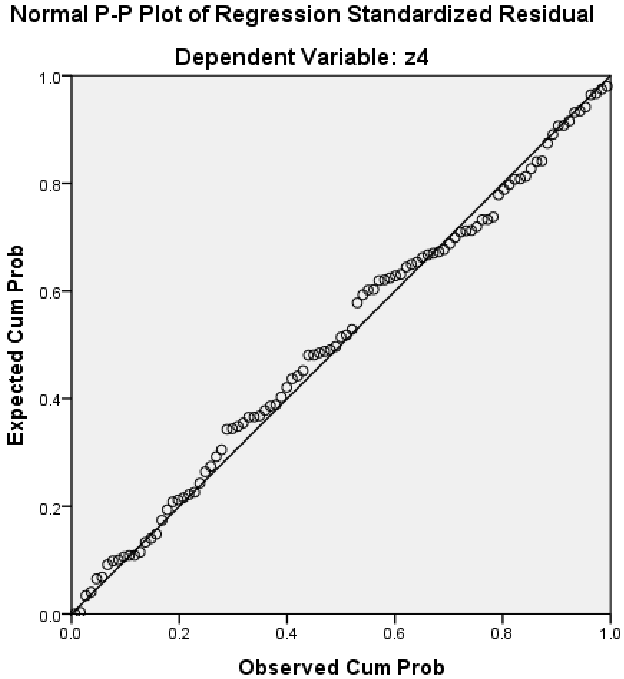
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.830	.495		7.735	.000
	طريقة تسديد الالتزامات المالية	-.120	.085	-.157	-1.405	.163

تحمل المخاطر	−.009	.058	−.016	−.152	.880
توفير الطلبيات	−.025	.075	−.040	−.330	.742
استخدام الحوافز	.033	.089	.045	.369	.713
إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية	.112	.092	.133	1.215	.227

معامل الارتباط R=0.193   معامل التحديد R^2= 0.037

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(28)** عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لدور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن، إذ بلغ مستوى الدلالة أعلى من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها غير دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.193). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.037) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (3.7%) من التغيرات في ادارة العلاقات مع الزبائن ناتجة عن التغير في دور مستودعات الأدوية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(11)** شكل الانتشار (**P–P Plot**)



الشكل (11): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية التاسعة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة. كما هو مبين في الجدولين (**30,29**).

جدول (29): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية)	مستوى الدلالة (Sig)
أثر الخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة	بين المجموعات	12.357	5	2.471	11.654	.000 b
	داخل المجموعات	19.723	93	.212		
	المجموع	32.081	98			

* المتغير التابع: القيمة المدركة

يبين الجدول **(29)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (11.654) أكبر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.000) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار جيد، كما

تدل هذه النتيجة على رفض الفرضية الاحصائية الصفرية وقبول البديلة والتي تنص على وجود **أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (30): معاملات الانحدار للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة

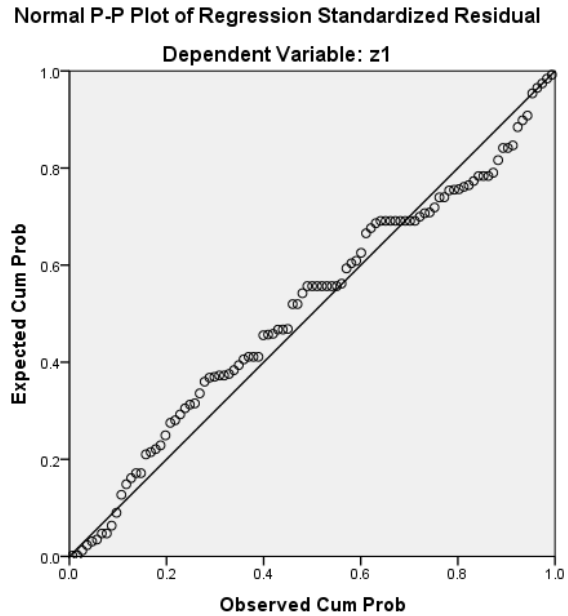
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.591	.505		1.171	.245
	التنظيم الداخلي	.131	.107	.125	1.228	.223
	المعاملة الحسنة	.146	.114	.133	1.283	.203
	الثقة والاعتمادية	–.043	.081	−.054	−.533	.595

القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	.370	.103	.365	3.583	.001
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	.231	.109	.217	2.114	.037

معامل الارتباط R=0.621 معامل التحديد R^2= 0.385

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(30)** وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة في مجالين (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن، المعرفة والخبرة لدى الصيادلة)، إذ بلغ مستوى الدلالة على التوالي (0.37 & 0.001) وهو أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.621). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.385) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (38.5%) من التغيرات في القيمة المدركة ناتجة عن التغير في الخدمات الصيدلانية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(12)** شكل الانتشار **(P–P Plot)**



الشكل (12): شكل الانتشار (P−P Plot)

الفرضية الفرعية العاشرة: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن. كما هو مبين في الجدولين **(32,31)**.

جدول (31): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية	مستوى الدلالة (Sig)
أثر الخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن	بين المجموعات	9.605	5	1.921	5.891	.000 b
	داخل المجموعات	30.327	93	.326		
	المجموع	39.932	98			

* المتغير التابع: الخدمات الصيدلانية

يبين الجدول **(31)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (5.891) أكبر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.000) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار جيد، كما تدل هذه النتيجة على رفض الفرضية الاحصائية الصفرية وقبول البديلة والتي تنص على **وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (32): معاملات الانحدار للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.880	.626		1.405	.163
	التنظيم الداخلي	.085	.133	.073	.639	.524
	المعاملة الحسنة	.178	.141	.145	1.260	.211
	الثقة والاعتمادية	.085	.100	.096	.848	.399
	القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	.276	.128	.244	2.155	.034

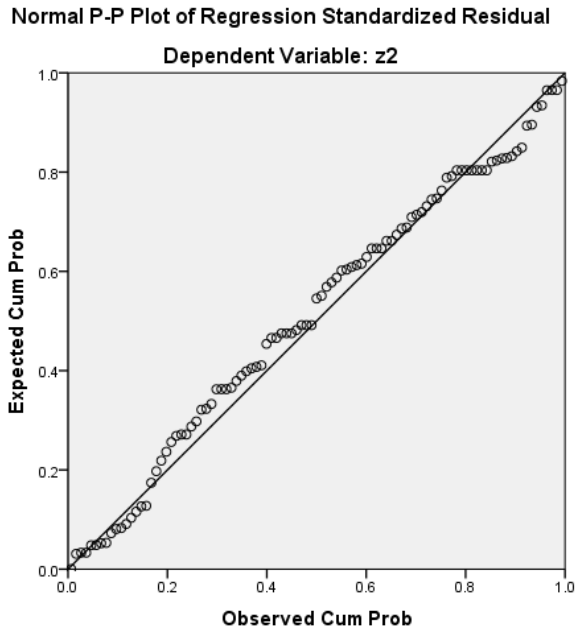
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	.102	.135	.086	.756	.451

معامل الارتباط R=0.490 معامل التحديد R^2= 0.241

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(32)** وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للخدمات الصيدلانية على رضا الزبائن في مجال (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن)، إذ بلغ مستوى الدلالة (0.034) وهو أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.490). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.241) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (24.1%) من التغيرات في رضا الزبائن ناتجة عن التغير في الخدمات الصيدلانية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات.

ويبين الشكل **(13)** شكل الانتشار **(P–P Plot)**



الشكل (13): شكل الانتشار (P–P Plot)

الفرضية الفرعية الحادية عشر: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن. كما هو مبين في الجدولين (**34,33**).

جدول (33): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regressionِ) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي F)الجدولية)	مستوى الدلالة (Sig)
أثر الخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن	بين المجموعات	15.081	5	3.016	6.437	.000b
	داخل المجموعات	43.576	93	.469		
	المجموع	58.657	98			

* المتغير التابع: ولاء الزبائن

يبين الجدول **(33)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (6.437) أكبر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.000) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار جيد، كما

تدل هذه النتيجة على رفض الفرضية الاحصائية الصفرية وقبول البديلة والتي تنص على **وجود أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (34): معاملات الانحدار للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن

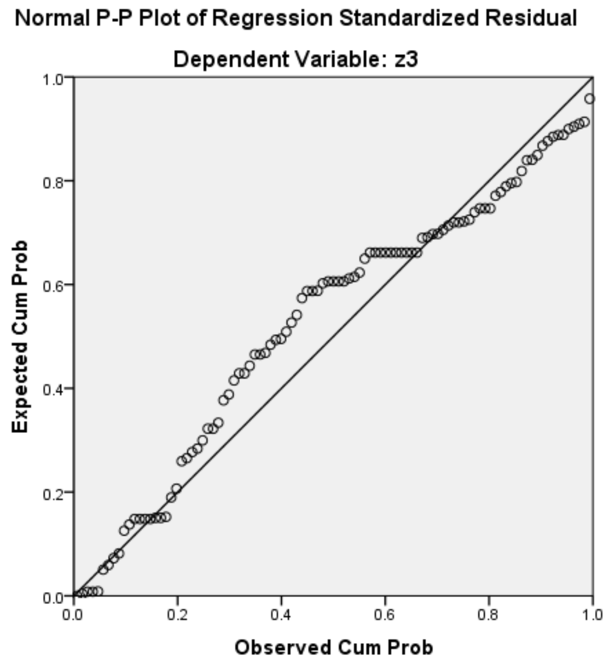
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.221	.750		.295	.769
	التنظيم الداخلي	.169	.159	.119	1.065	.290
	المعاملة الحسنة	.138	.170	.093	.815	.417
	الثقة والاعتمادية	.169	.120	.157	1.404	.164

القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	.310	.154	.226	2.016	.047
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	.113	.162	.079	.695	.489

معامل الارتباط R=0.507 معامل التحديد R^2= 0.257

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(34)** وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن في مجال (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن)، إذ بلغ مستوى الدلالة (0.47) وهو أقل من مستوى الدلالة (0.05) وبذلك فإنها دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.507). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.257) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (25.7%) من التغيرات في ولاء الزبائن ناتجة عن التغير في الخدمات الصيدلانية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(14)** شكل الانتشار (**P–P Plot**)



الشكل (14): شكل الانتشار (P−P Plot)

الفرضية الفرعية الثانية عشر: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن.

تم استخدام تحليل التباين للانحدار وكذلك تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن. كما هو مبين في الجدولين (**36,35**).

جدول (35): تحليل التباين الأحادي (ANOVA For Regression) للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (F)الجدولية	مستوى الدلالة (Sig)
أثر الخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن	بين المجموعات	4.502	5	.900	3.756	.004 b
	داخل المجموعات	22.294	93	.240		
	المجموع	26.797	98			

* المتغير التابع: ادارة العلاقات مع الزبائن

يبين الجدول **(35)** أن اختبار تحليل التباين للانحدار كان معنوياً عند مستوى دلالة (α=0.05) حيث كانت (F المحسوبة) والبالغة (3.756) أكبر من (F الجدولية) والبالغة (2.65) وكان مستوى الدلالة البالغ (0.004) أعلى من (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار جيد، كما

تدل هذه النتيجة على رفض الفرضية الاحصائية الصفرية وقبول البديلة والتي تنص على وجود **أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن.**

ولتحديد معاملات الانحدار تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لجميع عوامل المتغير المستقل لبيان اثرها على المتغير التابع.

جدول (36): معاملات الانحدار للتحقق من أثر الخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن

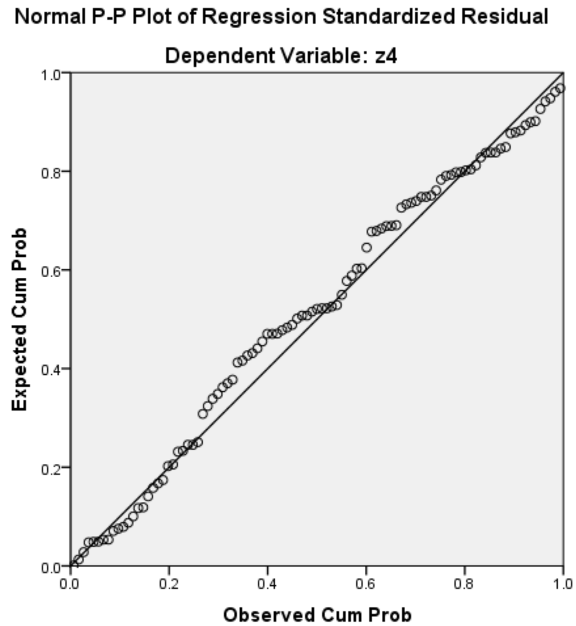
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.001	.537		3.728	.000
	التنظيم الداخلي	.116	.114	.121	1.023	.309
	المعاملة الحسنة	.128	.121	.127	1.058	.293
	الثقة والاعتمادية	.135	.086	.187	1.577	.118

القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن	.174	.110	.188	1.586	.116
المعرفة والخبرة لدى الصيادلة	−.136	.116	−.141	−1.175	.243

R=0.410 معامل الارتباط R^2= 0.168 معامل التحديد

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α = 0.05)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول **(36)** عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن، إذ كان مستوى الدلالة اعلى من (0.05) في كافة المجالات وبذلك فإنها غير دالة إحصائية وبلغ معامل الارتباط المتعدد R (.410). أما معامل التحديد R^2 ففسر ما نسبته (.168) من التباين في المتغير التابع، أي أن قيمة (18.6%) من التغيرات في ادارة العلاقات مع الزبائن ناتجة عن التغير في الخدمات الصيدلانية، أما بقية المجالات فقد كانت غير دالة احصائياً وبالتالي عدم وجود اثر لهذه المجالات. ويبين الشكل **(15)** شكل الانتشار (**P–P Plot**)



الشكل (15): شكل الانتشار (P–P Plot)

الجدول (37): ملخص الفرضيات

رقم الفرضية	نص الفرضية	النتيجة
الفرضية الرئيسية	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للعوامل (دور المؤسسات الحكومية والعامة ،دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة".	**رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة**
الفرضية الفرعية الأولى	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على رضا الزبائن	**قبول الفرضية الصفرية**

الفرضية الفرعية الثانية	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على القيمة المدركة للزبائن	**رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة**
الفرضية الفرعية الثالثة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن	**قبول الفرضية الصفرية**
الفرضية الفرعية الرابعة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ادارة العلاقات مع الزبائن	**قبول الفرضية الصفرية**
الفرضية الفرعية الخامسة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن	**قبول الفرضية الصفرية**
الفرضية الفرعية السادسة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة	**قبول الفرضية الصفرية**
الفرضية الفرعية السابعة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن.	**قبول الفرضية الصفرية**
الفرضية الفرعية الثامنة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على ادارة العلاقات مع الزبائن	**قبول الفرضية الصفرية**
الفرضية الفرعية	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى (α=0.05) للخدمات	**رفض الفرضية**

التاسعة	الصيدلانية على رضا الزبائن.	**الصفرية وقبول الفرضية البديلة**
الفرضية الفرعية العاشرة	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى $(\alpha=0.05)$ للخدمات الصيدلانية على القيمة المدركة	**رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة**
الفرضية الفرعية الحادية عشر	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى $(\alpha=0.05)$ للخدمات الصيدلانية على ولاء الزبائن	**رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة**
الفرضية الفرعية الثانية عشر	لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بمستوى $(\alpha=0.05)$ للخدمات الصيدلانية على ادارة العلاقات مع الزبائن	**رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة**

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

5-1 تمهيد

هدفت الدراسة الحالية إلى بيان العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم "من وجهة نظر الصيادلة": دراسة ميدانية على قطاع الصيدليات. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج سيتم مناقشتها وبيان أسبابها على النحو التالي:

5-2 تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

فيما يلي مناقشة للنتائج التي توصلت إليها الدراسة:-

مناقشة الفرضية الرئيسية الأولى:

أثر (دور المؤسسات الحكومية والعامة، و دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة":

تبين أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة (لدور المؤسسات الحكومية والعامة، و دور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم "من وجهة نظر الصيادلة"، ويمكن تلخيص النتيجة على النحو التالي:

يتضح من نتائج الانحدار المتعدد وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) (لدور المؤسسات الحكومية والعامة، ودور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء العلاقة

المتميزة بين الصيادلة وزبائنهم في مجال واحد وهو (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علي،2013.

نلاحظ أيضاً أن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة" مرتفعة وهذا يشير إلى أن استجابة أفراد عينة الدراسة لجميع الفقرات كانت إيجابية.

لقد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة بين (دور المؤسسات الحكومية والعامة، ودور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) وبناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من "وجهة نظر الصيادلة" في مجال واحد وهو (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن)، وتتضح هذه من خلال نتيجة الانحدار المتعدد وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علي،2013. حيث تعتبر نتيجة إيجابية ويعزى ذلك إلى أن الاعتمادية هي من أهم النقاط التي تدعم الخدمات الصيدلانية وتؤثر على علاقة الصيادلة بزبائنهم، أما بالنسبة لبقية المجالات فلم يظهر وجود علاقة مباشرة ويعزى ذلك لأن العوامل المذكورة آنفاً تؤثر بطريقة مباشرة أكثر على الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات والتي ينعكس أثرها بصورة غير مباشرة على علاقة الصيادلة مع زبائنهم سواءً كان التأثير إيجابياً أو سلبياً، وهذا ما تدعمه دراسة كل من الحويطات، شحادة، 2015 و Salhab,2013.

مناقشة الفرضيات الفرعية

أثر دور المؤسسات الحكومية والعامة على كل من (القيمة المدركة، والرضا، والولاء لدى الزبائن وإدارة العلاقات معهم):

1- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعض أبعاد دور المؤسسات الحكومية والعامة وهي (تطبيق كل من القوانين والأنظمة، والمعايير الأخلاقية) على القيمة المدركة لدى الزبائن.

2- يتضح من النتائج عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة لمجال (تطبيق المعايير الأخلاقية) على رضا الزبائن.

3- عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على ولاء الزبائن.

4- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) لدور المؤسسات الحكومية والعامة على إدارة العلاقات مع الزبائن.

تتفق النتائج 4،3،2 مع الدراستين "العربية والانجليزية" للحويطات، شحادة،2015.

يمكن تفسير هذه النتائج بأن العلاقة الناجحة بين المؤسسات الحكومية والعامة والصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات تسهم في بناء القيمة المدركة لدى الزبائن وتزيد من رضاهم من خلال التزام الصيادلة بالمعايير الأخلاقية والقوانين والأنظمة الصادرة من المؤسسات الحكومية والعامة التي تحمي مهنة الصيدلة وتحمي الزبائن.

القيمة المدركة

أظهرت النتائج وجود أثر لدور المؤسسات الحكومية والعامة لمجالي (القوانين والأنظمة والمعايير الأخلاقية) على القيمة المدركة لدى الزبائن، تعتبر هذه النتيجة إيجابية ورئيسية، حيث أن القيمة

المدركة تعد اللبنة الأولى لتكوين علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم ويليها كل من الرضا ثم الولاء ويعزى ذلك للدور الفعال لهذه المؤسسات على الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات يعزز ويسهم في عملية بناء هذه العلاقة بطريقة غير مباشرة حيث أن الأثر المباشر يقع على الصيادلة أولاً ثم ينعكس على زبائنهم.

رضا الزبائن

يتضح من نتائج الدراسة وجود علاقة بين (المؤسسات الحكومية والعامة) ورضا الزبائن من خلال مجال (المعايير الأخلاقية) التي تحكم مهنة الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات، وهذه نتيجة إيجابية، ويعزى ذلك لأن رضا الزبائن مرتبط عادة بمدى التزام أي مؤسسة بالقيم والأخلاقيات الخاصة بها ناهيك عن مهنة الصيدلة التي تعتبر مهنة إنسانية تعتني بسلامة أفراد المجتمع، حيث تؤكد النتيجة بأن المعايير الأخلاقية الخاصة بالصيادلة المنصوص والمتفق عليها من قبل (المؤسسات الحكومية والعامة) عامل مهم في توليد رضا زبائن الصيدليات وبداية مهمة لتكوين علاقة متميزة معهم.

الولاء

أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة بين (المؤسسات الحكومية والعامة) على ولاء الزبائن، وهذه نتيجة منطقية، ويعزى ذلك لأن الولاء كي يتكون لابد أن يسبقه القيمة المدركة لدى الزبائن والرضا وقد أثبتت الدراسة بوجود علاقة بين (المؤسسات الحكومية والعامة) والقيمة المدركة والرضا لدى الزبائن وهذا كافي لأن يكون له أثر غير مباشر لتكوين الولاء بين الصيادلة وزبائنهم حيث يحتاج الولاء

للاحتكاك المباشر مع الصيدليات ليتكون ويكون مسؤول عن هذه الخطوة الصيدلية نفسها والعاملون بها وليس (المؤسسات الحكومية والعامة).

إدارة العلاقات مع الزبائن

أكدت الدراسة عدم وجود علاقة بين (المؤسسات الحكومية والعامة) و إدارة العلاقات مع الزبائن، وتعتبر النتيجة منطقية، ويعزى ذلك لأن المسؤول المباشر عن تكوين برنامج لإدارة العلاقات مع الزبائن هي الصيدلية من خلال استراتيجيات وأهداف معينة خاصة بها، وتأتي هذه الخطوة بعد تعزيز الولاء الدائم لدى الزبائن اتجاه الصيدلية.

تتفق هذه النتائج مع الدراستين "العربية والانجليزية" للحويطات، شحادة،2015. حيث تؤكد كلا الدراستين الدور الرئيسي والمهم (للمؤسسات الحكومية والعامة) في تعزيز دور ونهضة مهنة الصيدلية.

أثر دور مستودعات الأدوية على كل من (القيمة المدركة، والرضا، والولاء لدى الزبائن وإدارة العلاقات معهم):

1- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة لدى الزبائن.

2- وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) لدور مستودعات الأدوية على رضا الزبائن في مجال (استخدام الحوافز).

2- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لدور مستودعات الأدوية على القيمة المدركة لدى الزبائن.

3- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لدور مستودعات الأدوية على ولاء الزبائن، تتفق هذه النتيجة مع دراسة Salhab,2013.

4- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) لدور مستودعات الأدوية على إدارة العلاقات مع الزبائن.

يمكن تفسير النتيجة رقم (2) بأن الحوافز المقدمة من قبل مستودعات الأدوية تساهم في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من خلال توفير احتياجات ورغبات الزبائن من كل الأصناف وبالكميات المطلوبة باستمرار وذلك لرفع سقف الرضا لديهم اتجاه الخدمات المقدمة من قبل الصيدليات عن طريق مستودعات الأدوية.

القيمة المدركة

أكدت نتائج الدراسة على عدم وجود علاقة بين مستودعات الأدوية والقيمة المدركة لدى زبائن الصيدليات وهذه نتيجة منطقية، ويعزى ذلك لأن الزبون يتلقى الخدمة ويأخذ المنتج من الصيدلية وليس مباشرة من مستودعات الأدوية حيث أن الحكم الشخصي للزبائن على مدى المنافع المحصل عليها من المنتجات الصيدلانية أو الخدمات تقع مسؤوليتها على الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات.

رضا الزبائن

لقد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة بين مستودعات الأدوية و رضا الزبائن في مجال (استخدام الحوافز) من قبل مستودعات الأدوية للصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات، وهذه نتيجة إيجابية حيث تساعد الحوافز من توفير أصناف متعددة من المنتجات الصيدلانية وبكميات أكبر وباستمرار، ويعزى ذلك بأن مستودعات الأدوية تسهم بطريقة مباشرة على زيادة رضا الزبائن لأنها تعتبر قناة التوزيع الرئيسية للصيدليات حيث تساهم في زيادة الفرص بتوفير احتياجاتهم ورغباتهم ويعزز ذلك من بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Salhab,2013.

الولاء

كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة مباشرة بين مستودعات الأدوية و ولاء الزبائن للصيدليات وهذه نتيجة مقبولة، ويعزى ذلك لكي يحصل الولاء لابد من الاحتكاك المباشر بين الزبائن ومقدمي الخدمة وهذا لا يحصل إلا من خلال الصيدليات، ولكن أيضاً يجب الأخذ بعين الاعتبار أن الولاء يأتي بعد الرضا وقد أثبتت الدراسة سابقاً وجود علاقة بين مستودعات الأدوية ورضا الزبائن مما يسهم في تعزيز ولائهم بطريقة غير مباشرة من خلال بناء مزيج تسويقي جيد بين مستودعات الأدوية والصيادلة يسهم في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم.

إدارة العلاقات مع الزبائن

أكدت الدراسة عدم وجود علاقة بين مستودعات الأدوية وإدارة العلاقات مع الزبائن وهذه نتيجة منطقية، ويعزى ذلك أن إدارة العلاقات مع الزبائن داخل الصيدليات يكون مسؤول عنها الصيادلة

أنفسهم، ولكن هذا لا يعني أن لا يكون هناك دور غير مباشر من مستودعات الأدوية يسهم ببناء برنامج خاص للصيدليات لإدارة العلاقات مع زبائنهم باعتبار مستودعات الأدوية "قناة التوزيع الرئيسية" لمتطلبات وحاجات ورغبات زبائن الصيدلية.

أثر الخدمات الصيدلانية على كل من (القيمة المدركة، والرضا، والولاء لدى الزبائن وإدارة العلاقات معهم):

1- وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للخدمات الصيدلانية في مجالي (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن، و المعرفة والخبرة لدى الصيادلة) على القيمة المدركة لدى الزبائن.

2- وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للخدمات الصيدلانية في مجال (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن) على رضا الزبائن.

3- وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للخدمات الصيدلانية في مجال (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن) على ولاء الزبائن.

تتفق هذه النتائج مع دراسة كل من تيلخ،2010 و علي،2013 (Bernard, et al.,(2012 و Salhab, (2010) و Lee, et al.,(2014).

4- عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) للخدمات الصيدلانية على إدارة العلاقات مع الزبائن.

وبشكل عام نلاحظ جميع المتوسطات الحسابية كانت أعلى من الدرجة (3) لفقرات الخدمات الصيدلانية وهذا يشير إلى أن استجابة أفراد عينة الدراسة لجميع الفقرات كانت إيجابية.

القيمة المدركة

أكدت نتائج الدراسة وجود علاقة بين الخدمات الصيدلانية والقيمة المدركة لدى الزبائن في مجالي (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن، والمعرفة والخبرة لدى الصيادلة)، وهذه نتيجة إيجابية ويعزى ذلك أن الاعتمادية والاستجابة هي من العوامل الرئيسية والأولية لبناء القيمة المدركة لدى الزبائن في أي مؤسسة، وهذا يعني فاعليتها في بناء القيمة المدركة لدى زبائن الصيدليات.

رضا الزبائن

كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة بين الخدمات الصيدلانية ورضا الزبائن في مجال (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن)، ويعزى هذا إلى دور وفاعلية الاعتمادية في تقديم الخدمات الصيدلانية على بناء علاقة صحيحة بين الصيادلة وزبائنهم حيث ظهرت فاعليتها ببناء القيمة المدركة لدى الزبائن ثم على رضاهم مما يشير إلى ضرورة الاهتمام بعوامل جودة الخدمات الصيدلانية لبناء علاقة متميزة مع الزبائن.

الولاء

وكذلك أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة بين الخدمات الصيدلانية و ولاء الزبائن في مجال (القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن)، ويعزى ذلك إلى دور هذا العنصر في تعزيز جودة الخدمات الصيدلانية في بناء علاقة قوية ودائمة مع الزبائن تزيد من فرصة كسب الميزة التنافسية وربح الصيدلية، بالإضافة لضرورة اعتماد عناصر جودة الخدمة الصيدلانية في بناء علاقة متميزة مع الزبائن.

تتفق نتائج كل من أثر الخدمات الصيدلانية على (القيمة المدركة لدى الزبائن، الرضا والولاء) مع دراسة كل من تيلخ،2010 و علي،2013 و Bernard, et al., 2012 و Salhab,2010 و Lee, et al.,(2014).

إدارة العلاقات مع الزبائن

كما أشارت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة بين الخدمات الصيدلانية و إدارة العلاقات مع الزبائن، وتعتبر نتيجة مقبولة نوعاً ما ويعزى ذلك أن زبائن الصيدليات ذو علاقة متقطعة بسبب أن حاجاتهم من الصيدليات تكون بسبب ظروف معينة غير دائمة، ومن هنا تحتاج الصيدليات لتصنيف جيد لزبائنها قبل البدئ ببناء برنامج إدارة العلاقات مع الزبائن آخذة بعين الاعتبار مدى ولاء الزبائن بالإضافة لمدى حاجتهم لها.

أهم النتائج التي تكشفت للباحثة خلال توزيع الاستبانات فروقات مهمة بين الصيدليات المنفردة وسلسلة الصيدليات من خلال تأثير العوامل الخارجية والداخلية عليها في بناء العلاقة مع زبائنهم:

1- دور المؤسسات الحكومية والعامة:

- تطور في الأنظمة والقوانين لصالح سلسلة الصيدليات بعكس الصيدليات المنفردة.
- متابعة الحملات التوعوية من قبل سلسلة الصيدليات تحظى باهتمام أكثر من الصيدليات المنفردة.
- اهتمام سلسلة الصيدليات بالدورات التأهيلية التي تساهم بتطوير كفاءة الصيادلة العاملين لديها أعلى أو تكاد معدومة لدى الصيدليات المنفردة.

– تطبيق المعايير الأخلاقية من قبل سلسلة الصيدليات أكبر من الصيدليات المنفردة وذلك يعود بسبب محاولة الصيدليات المنفردة انتزاع الميزة التنافسية من سلسلة الصيدليات في ظل غياب دور المؤسسات الحكومية والعامة لتطوير وتصويب أوضاع الصيدليات المنفردة.

2– دور مستودعات الأدوية:

– وجود تعاون من قبل مستودعات الأدوية بطريقة تسديد الالتزامات المالية لكل من سلسلة الصيدليات والصيدليات المنفردة بما يتناسب مع ظروف عملهما.

– وجود فروقات بتوفير الطلبيات بأسرع وقت وبالكمية المطلوبة لصالح سلسلة الصيدليات مقارنة مع الصيدليات المنفردة.

– تلتزم مستودعات الأدوية بتحمل المخاطر التي من الممكن أن تتعرض لها عملية نقل الأدوية إلى قطاع الصيدليات لكلا النوعين من سلسلة الصيدليات والصيدليات المنفردة.

– لا تتحمل كل مستودعات الأدوية مسؤولية إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها من المنتجات الدوائية وغيرها في كلٍ من سلسلة الصيدليات والصيدليات المنفردة.

3– الخدمات الصيدلانية:

– التنظيم الداخلي والمحافظة على النظافة العامة والالتزام باللباس الخاص لمهنة الصيدلة أفضل في سلسلة الصيدليات، ولكن من ناحية تخصيص أماكن الراحة والأكل والصلاة أفضل في الصيدليات المنفردة.

– المهارة في الاتصال و المعاملة الحسنة مع الزبائن أجود وأفضل في الصيدليات المنفردة عن سلسلة الصيدليات.

– تلبية الوعود في توفير احتياجات الزبائن في الصيدليات المنفردة أجود من سلسلة الصيدليات.

– القدرة والسرعة في تلبية حاجات وطلبات الزبائن أفضل في الصيدليات المنفردة.

– تحظى الصيدليات المنفردة بجودة أكبر من خلال المعرفة والخبرة بكل ما يخص المنتجات الدوائية وغيرها واستخداماتها وبدائلها مقارنة بسلسلة الصيدليات.

5-3 المضامين التسويقية

– أكدت النتائج وجود أثر للعوامل الخارجية والداخلية (دور المؤسسات الحكومية والعامة، ودور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم "من وجهة نظر الصيادلة"، وهذا يفرض ما يلي:

دور المؤسسات الحكومية والعامة

– يجب أن تسعى للنهوض بهذه المهنة من خلال تطوير وتعديل الأنظمة والقوانين التي تحكم الأنشطة التسويقية خاصة في بيع المنتجات الصيدلانية التي لا تحتاج وصفات طبية لقطاع الصيدليات ومتابعة الرقابة والتفتيش للحد من الأنشطة التسويقية المخالفة للقوانين.

– والاهتمام بالحملات التوعوية لكل من الصيدليات وأفراد المجتمع قبل الاهتمام بتطبيق العقوبات مما يسهم في تطوير العلاقة بين الصيادلة وزبائنهم والذي يعود بالأثر الايجابي على الأفراد المنتسبين لهذه المهنة وزبائنهم مما يساهم في زيادة رضا الزبائن.

– كذلك الاهتمام بدورات التأهيل للوظيفة لكافة المجالات التي تخص قطاع الصيدليات من إدارة تسويقية ومالية وتطوير طرق الاتصال مع الزبائن.

– والعناية بتطبيق الأسس الصحيحة للمعايير الأخلاقية لمهنة الصيدلة بدءاً من المؤسسات العامة والحكومية منتهية بقطاع الصيدليات وتعزيز نقاط القوة وتصويب نقاط الضعف مساهمة بذلك في عملية تثبيت المعايير الأخلاقية لمهنة الصيدلة.

دور مستودعات الأدوية

عليها المساهمة ببناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم من خلال تطوير جودة الخدمات مع الصيادلة العاملين في قطاع الصيدليات بالإضافة لتطوير المزيج التسويقي معهم مما يساعد في كسب رضا و ولاء الزبائن اتجاه الصيدليات.

– وذلك من خلال تسهيل مهمة تسديد الالتزامات المالية المترتبة على الصيدليات.

– وأيضاً تحمل المخاطر التي تواجه عملية نقل الطلبيات من المستودعات للصيدليات وإن كانت شخصية أو بسبب تلف بعض أنواع الأدوية نتيجة درجات الحرارة خلال عملية النقل.

– توفير الطلبيات بأسرع وقت وبالكمية المطلوبة لتساهم في عملية تحقيق حاجات ومتطلبات زبائن الصيدليات.

– ناهيك عن الدور المهم في إعادة الأصناف الراكدة من المنتجات الطبية والدوائية والتجميلية قبل انتهاء صلاحيتها لتساهم في عملية تقليل المخالفات المرتكبة من قبل بعض الصيدليات في بيع بعض المنتجات المنتهية الصلاحية بهدف تعويض خسائرها بطريقة غير قانونية.

الخدمات الصيدلانية

- الاهتمام بالمزيج التسويقي من خلال توفير المنتجات الصيدلانية من أفضل الأصناف والبدائل باستمرار وبأفضل الأسعار معتمدة على سلوك الزبائن في الشراء، بالإضافة للوصفات الطبية من خلال شركات التأمين مراعية بذلك اختلاف الطبقات الاجتماعية واختيار الموقع المناسب للصيدلية، ناهيك عن دور الترويج للعروض والخدمات الصيدلانية من خلال طرق الاتصال المختلفة مما يزيد من فاعلية العلاقة بين الصيادلة وزبائنهم وولائهم لتنتهي بعملية إدارة لهذه العلاقات على أسس ناجحة من خلال التواصل المستمر مع الزبائن وتصنيفهم وتوثيق معلومات خاصة بهم.

- الاهتمام بالتنظيم الداخلي للصيدلية والتي تساعد في تسهيل خدمة الزبائن بالإضافة لتعزيز الشعور بالراحة النفسية لدى العاملين والزبائن أيضاً وإضافة ما يمكن لتعزيز رضاهم مثل المقاعد والتكييف المركزي والانترنت وبعض الأجهزة كالميزان وجهاز الضغط وغيرهم.

- تطوير مهارات الاتصال مع الزبائن والعناية بهم وحفظ أسرارهم واحترام خصوصياتهم وتقديم النصيحة والمشورة لهم.

- العمل والحرص على توفير حاجات ورغبات الزبائن لبعض المنتجات الغير متوفرة في الصيدلية بأسرع وقت وبالصنف والكمية المطلوبة.

- تطوير مهارة القدرة والسرعة في تلبية طلبيات الزبائن من خلال تطوير المعرفة لديهم عن جميع الأصناف الموجودة في الصيدلية والبدائل ومعرفة أماكن وجودها.

– لزيادة الخبرة والمعرفة تتطلب ممارسة طويلة وجيدة في قطاع الصيدليات ومتابعة احتياجات الزبائن من عدة نواحي طبية وتجميلية وغيرها ودراسة لسلوكهم والذي ينتج من خلال التواصل المستمر معهم وتوثيق المعلومات عنهم ومتابعة كل ما هو جديد ويخص المنتجات أولاً بأول.

**ولتحافظ الصيدليات على زبائنها لابد أن تهتم بالقيمة المدركة لدى الزبائن والرضا والولاء وأخيرا بناء نظام لإدارة العلاقات مع الزبائن والذي يندر وجوده في الصيدليات.

القيمة المدركة لدى الزبائن

إن الاهتمام بالقيمة المدركة لزبائن الصيدليات وتعزيزها إيجابياً سيكون نقطة الانطلاق الأولى لنيل الميزة التنافسية، حيث أن القيمة المدركة عبارة عن الحكم النهائي الذي تصدره الزبائن عن الخدمات الملموسة وغير الملموسة وتأتي بعد الاستخدام أو الانتفاع بهذه الخدمات بعد حذف أعباء وتكاليف الحصول عليها. لذا لابد أن تهتم الصيدليات بتعظيم القيمة المدركة لدى زبائنها مما يسهم في تحقيق رضاهم وتعزيز ولائهم ومن ثم يكون لها الأثر في الاحتفاظ بهم لمدة أطول. إذن تعد القيمة المدركة اللبنة الأولى لبنا علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم.

رضا الزبائن

إن تحقيق الرضا للزبائن يجب أن يكون الهدف الرئيسي الأول بالنسبة لأي صيدلية تسعى للاستمرار في ظل التنافسية المتزايدة لهذه المهنة، ولدراسة رضا الزبائن لابد من معرفة العوامل المؤثرة في هذا الرضا، من خلال تعزيز الخدمات الصيدلانية بالإضافة لتحديد حاجات ورغبات الزبائن والعمل على توفيرها باستمرار ومتابعة كل ما هو جديد، ناهيك عن مراقبة سلوك الزبائن والتعامل معهم حسب الظروف الاجتماعية والبيئية والمستوى التعليمي.

الولاء

يعتبر الولاء العامل الرئيسي لبناء علاقة قوية ودائمة بين الصيدليات وزبائنها من خلال عملية تكرار الشراء من صيدلية معينة، حيث تعطي انطباع عن مدى اعتمادية الزبائن اتجاه صيدلية معينة وهذا ينعكس إيجابياً على الميزة التنافسية للصيدلية، لذلك على أصحاب الصيدليات تحديد الأمور التي تجذب الزبائن لتطوير الولاء لديهم، وعمل برنامج ولاء خاص بهم.

إدارة العلاقات مع الزبائن

تتطلب هذه العملية منظمات لديها عدد كبير من الزبائن ودائمين مثل الفنادق والبنوك، وتجد هذه العملية ضعف في قطاع الصيدليات والسبب في ذلك أن الزبائن ترتاد الصيدليات بسبب ظروف معينة قد تزول حاجتهم للصيدلية بزوال هذه الظروف، لكن هذا لا يعني بعمل برنامج مصغر بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات وتوثيق بيانات عن زبائن يتوقع أن يبقوا دائمين، ولتعزيز هذا الأمر يجب البدئ أولاً باختيار الموقع المناسب للصيدلية، ثم الاهتمام بالخدمات الصيدلانية، وأخيراً تصنيف الزبائن مثل الزبائن الذين لديهم أمراض المزمنة، العائلات التي لديها أطفال، الشباب وتحديد احتياجات كل صنف وباستمرار وبالوقت المناسب والعمل على الاتصال الدائم بهم بطرق مختلفة ومريحة، لإبلاغهم بكل جديد ومعرفة مدى رضاهم وبناء علاقة طيبة معهم لضمان ولائهم والذي قد يكون بسبب التوفير الدائم معظم أصناف لمنتجات الصيدلانية والتي ليست بالضرورة أدوية قد تكون تجميلية أو غيرها وبالكميات الكافية أو قد يكون من خلال الخصومات، أي يجب أن يكون هناك دراسة دقيقة لسلوك الزبائن وتطلعاتهم لإنجاح عملية إدارة العلاقات مع الزبائن في الصيدليات، بالإضافة لدراسة الاستراتيجية التنافسية للصيدليات الأخرى.

4-5 التوصيات

تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات بهدف زيادة رضا و ولاء الزبائن للصيدليات والذي بدوره يساعد في بناء إدارة علاقات ناجحة تزيد من ربحية الصيدليات وتقوي من الميزة التنافسية لها.

- ضرورة إطلاع كل من المؤسسات الحكومية العامة ومستودعات الأدوية على نتائج الدراسة وإثبات أثرها المباشر والغير مباشر على نهضة وتطوير قطاع الصيدليات في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة مع زبائنهم لتعزيز نقاط القوة وتصويب نقاط الضعف مما يسهم في تطوير هذه المهنة للأفضل.

- نتيجة لأثر المؤسسات الحكومية والعامة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم توصي الدراسة بالتركيز على الفجوات التي بين الصيادلة وهذه المؤسسات والعمل إيجاد حلول للنهوض بهذه المهنة السامية حيث كما أنها تهتم بتطبيق العقوبات على الصيدليات عليها أن تهتم بتعديل بعض الأنظمة القوانين بما يعود بالمصلحة العامة للصيدليات المنفردة وسلسلة الصيدليات دون تمييز، بالإضافة لتحسين وتفعيل الحملات التوعوية لكل ما يهم قطاع الصيدليات وإيصالها بأفضل الطرق لتعود بالأثر الإيجابي على الصيادلة وزبائنهم.

- ضرورة اهتمام نقابة الصيادلة الأردنية ببرامج التأهيل الوظيفية الخاصة بقطاع الصيدليات في مجالات عدة كالصيدلة السريرية والأنشطة التسويقية مما يساعد في تحسين وتطوير أداءها في مختلف المجالات بالإضافة الاهتمام بدورات إدارة الصيدليات المنفردة.

- وأن تتواصل نقابة الصيادلة الأردنية مع الأفراد المنتسبين لها وحثهم على طرح مواضيع وحلول فعالة للنهوض بهذه المهنة ومساعدتهم في حال وجود مشكلات تعرقل عملية تطوير علاقتهم بزبائنهم.

– أن تهتم مستودعات الأدوية بتطوير جودة الخدمات المقدمة لقطاع الصيدليات وتعمل على تحسين الحوافز كالبورصات والعروض التي تجذب الزبائن خاصة ما يخص احتياجات الأطفال وأصحاب الأمراض المزمنة وكذلك المواد التجميلية وبعض العروض على سعر الأدوية التي تؤخذ بكميات كبيرة لزبون معين مما يساعد على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم.

– أن تولي مستودعات الأدوية عناية خاصة بالصيدليات المنفردة من خلال تطوير الخدمات والحوافز المقدمة لهم بما يتناسب مع الخدمات والحوافز المقدمة لسلسلة الصيدليات كي تسهم في بناء علاقة دائمة ومستمرة بين الصيدليات المنفردة وزبائنهم وبذلك تحافظ على المعايير الأخلاقية لهذه المهنة وتنهض بها.

– أن تولي قطاع الصيدليات اهتمام خاص بجودة الخدمات الصيدلانية المقدمة للزبائن وجعلها معيار أساسي لبناء علاقة متميزة مع الزبائن خاصة بعد الأثر المباشر لهذه الخدمات على كل من القيمة المدركة والرضا والولاء لدى الزبائن.

– العمل على مسوحات خاصة برضا الزبائن وولائهم في قطاع الصيدليات بشكل دوري للتعرف على درجة رضا وولاء الزبائن، من أجل التحسين المستمر لمؤشر رضا الزبائن.

– تدريب العاملين في قطاع الصيدليات على تقديم خدمات ذات جودة عالية تشمل حسن المظهر فضلاً عن جاهزيتهم لمساعدة الزبائن والعمل على كسب ثقتهم من خلال تدريب العاملين على مهارات الاتصال الجيدة مع الزبائن.

- تخصيص برامج إدارة العلاقات مع الزبائن في قطاع الصيدليات باستخدام تكنولوجيا المعلومات وجمع بيانات ومعلومات خاصة بهم والتواصل المستمر معهم وتلبية حاجاتهم ومتطلباتهم مما يزيد من رضاهم وولائهم.

- العمل على تخصيص برنامج ولاء من قبل قطاع الصيدليات خاص بالزبائن كتقديم الاستشارات عبر الهاتف أو توصيل احتياجاتهم في الحالات الضرورية للمنازل.

- وأخيراً وضع نظام للشكاوي والمقترحات في المؤسسات الحكومية والعامة ومستودعات الأدوية والصيدليات مما يسهم في تطوير هذه المهنة ويساعد في بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم.

5-5 اتجاهات البحوث المستقبلية

اكتفت هذه الدراسة بالبحث عن العوامل الخارجية والداخلية (دور المؤسسات الحكومية والعامة، ودور مستودعات الأدوية والخدمات الصيدلانية) المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم "من وجهة نظر الصيادلة"، لذلك تقترح الباحثة عمل دراسات أخرى على مختلف قطاعات الصيدلية الأخرى سواء كانت أكاديمية أو شركات أو داخل المستشفيات.

- بالإضافة لعمل دراسات أخرى من وجهة نظر الزبائن بما يخص قطاع الصيدليات لتحسين الأداء ومعرفة القيمة المدركة "من وجهة نظر الزبائن" ورضاهم ودرجة ولائهم فتكون النتيجة أشمل والحلول أفضل.

- وكذلك عمل دراسة تساعد في نهضة الصيدليات المنفردة والوقوف على العوامل التي تساعدها للنهوض في وجه تمدد الكيان لسلسلة الصيدليات.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

أحمد، محمود (2001). **تسويق الخدمات المصرفية: مدخل نظري-تطبيقي**، عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.

توفيق، عمرو (2007). **علاقات العملاء**، القاهرة: مركز الخبرات المهنية.

تيلخ، وليد (2010). أثر **جودة الخدمة الصحية على رضا المستفيدين منها في المستشفيات الخاصة والعامة في الأردن**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عمان العربية، الأردن.

الحداد، مهند، و وليد (2008). **مدخل لدراسة علم القانون**، عمان: مؤسسة الوراق.

الحويطات، ميسون (2015). **حقوق العمل للصيادلة الأردنيين العاملين في صيدليات القطاع الخاص وأثرها على رضاهم**، جائزة البحث العلمي "قيد النشر"، الجامعة الأردنية، الأردن.

الخصاونة، جاسم (2014). **أثر ادارة علاقات الزبائن في تحقيق رضا الزبون في شركات تمويل المشاريع الصغيرة**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عمان العربية، الأردن.

الخطيب، رامي (2012). **أثر الإعلان الدوائي المباشر للزبائن على قراراتهم الشرائية: دراسة تطبيقية على الزبائن في المملكة الأردنية الهاشمية**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

السامرائي، حفصة (2002). **المزيج التسويقي وجودة الخدمة الصحية وأثرهما على تحقيق رضا المرضى**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة بغداد، العراق.

الضمور، هاني (2002). **تسويق الخدمات**، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الطائي، العبادي (2009). **إدارة علاقات الزبون**، عمان: مؤسسة الوراق.

الطائي، حميد عبدالنبي (2004). **التسويق السياحي**، "**مدخل استيراتيجي**"، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

علي، حسام (2013). **نموذج مقترح لبيان أثر برامج الولاء وجودة الخدمة وسعرها على رضا العملاء وولائهم في قطاع الخدمات**، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة عمان العربية، الأردن.

الغدير، حمد (2011). **أثر عناصر المزيج التسويقي في تفضيل الصيادلة الأردنيين للدواء المحلي مقارنة مع مثيله الأجنبي**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الأردنية، الأردن.

المصري، سعيد (2001). **إدارة وتنظيم المنشآت السياحية والفندقية**، الاسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

Alhuwaitat, M., and Shehada, M. (2015). **The Services Offered By the Jordanian Pharmacists' Association and Their Impact on Its Members**. International Journal of Economics Commerce and Management, 3(7): 628-637.

Bank, J. (2000).**The Essence of Total Quality Management**, New Jersey :Prentice-Hall ,Inc.

Bernard, A., Charles, O., Patrick, O., Beatrice, A., Fredrick, A. and Ntongai, J. (2012). **The Relationship between Customer Service Quality and Customer Loyalty among Retail Pharmacies in Western Kenya**. Business & Management Review**,** 2(3):11.

Bygstad, B. (2003). The Implementation Puzzle of CRM System in Knowledge-Based. **Information Resources Management Journal,** 16(4): 1-13.

Chang, Y., and Chen, F. (2007). **Relational Benefits, Switching Barriers & Loyalty**. Journal of Transport Management,13(2):104-109.

Duffy. D. (2003). Internal And External Factors Which Affecting Customers Loyalty. **Journal Of Customer Marketing**, 20(5):480-485.

Heizer, J., and Rander, B. (2001). **Operation Management**. New Jersey: 6th edition, Prentice hall.

Hwang, M., and Young , H. (2015). **Pharmacists' Roles and Factors Affecting Patient Care in Korea**. Innovations in Pharmacy, 6(1):1-8.

Kotler, P., and Armstrong, G. (1999). **Principles of Marketing**. 8th ED, Prenice-Hall Inc.

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M. and Hansen, T. (2012). **Marketing Manaegement**.14th, ED.

Lee, S., Smith, S., and Kim, E. (2014). **Factors Affecting Customer Satisfaction with Pharmacy Franchises**. Journal of Marketing Thought, 1(3):59-67.

Russell, P. (2000). **Marketing Management**. University of Phoenix, New Jersey 07458.

Salhab, H. (2013). **The Impact of Relationship Marketing on Customer Retention in the Pharmaceutical Sector**. Un-Published Doctoral Dissertation. Jordan: Amman Arab University.

Tapscott, D., and Jeff, Z. (2001). T**he Seven Steps to Nirvana: Strategic in Sights into E-Business Transformation**, New York: McGraw-Hill.

Yuping, L. (2007). **The Long-Term Impact of Loyalty Programs on Consumer Purchase Behavior and Loyalty**. Journal of Marketing, 71(4):19-30.

ثالثا: المراجع الإلكترونية:

www.jpa.org.jo. On Jan 4,2015
www.johealth.com. On Jan 4,2015
www.jfda.jo. On Jan 5,2015
www.moh.gov.jo. On Jan 5,2015

قائمة الملاحق

الملحق (1)

الاستبانة

أعزاءي الزملاء والزميلات ...

تقوم الباحثة ميسون عبدالمالك "أبو جراد الحويطات" بإجراء دراسة بعنوان "**العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة وزبائنهم** "**من وجهة نظر الصيادلة**" استكمالا للحصول على درجة الماجستير تخصص "تسويق" من كلية إدارة الأعمال بجامعة عمان العربية.

أرجو منكم التكرم بالإجابة عن كافة العبارات المكتوبة داخل الاستبانة علما بأن المعلومات في هذه الدراسة ستستعمل لأغراض البحث العلمي فقط وسيتم التعامل مع إجاباتكم بسرية تامة .

وتتكون الاستبانة من جزئين :

الجزء الأول : ويحتوي على المعلومات الشخصية والوظيفية .

الجزء الثاني : يعنى بتحديد العوامل المؤثرة على بناء علاقة متميزة بين الصيادلة و زبائنهم من وجهة نظر الصيادلة.

شكرا لتعاونكم

المشرف	الطالبة
أ.د.فؤاد عبد الوهاب الشيخ سالم	ميسون عبدالمالك "أبو جراد الحويطات"

الجزء الأول (المعلومات الشخصية والوظيفية)

أرجو وضع اشارة (x) عند الإجابة المناسبة

1–الجنس ☐ ذكر ☐ أنثى

2–الحالة الاجتماعية ☐ أعزب ☐ متزوج

3–المؤهل العلمي ☐ بكالوريوس ☐ دبلوم عالي

☐ ماجستير ☐ دكتوراه

4–الراتب الشهري "دينار" ☐ 350 فأقل ☐ 351–أقل من 550

☐ 551 أقل –من 750 ☐ 751 فأكثر

5–مدة الخبرة ☐ أقل من سنتين ☐ سنتين –أقل من 6 سنوات

☐ 6 سنوات –أقل من 10 ☐ 10 سنوات فأكثر

6–نوع الصيدلية ☐ مستقلة ☐ جزء من سلسلة صيدليات

الجزء الثاني من الاستبانة :

تتكون الاستبانة من (60) عبارة مقسمة إلى أربعة أقسام .

الرجاء وضع إشارة (x) عند الإجابة المناسبة بجانب كل عبارة من (1–5)

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1	**المؤسسات الحكومية والعامة**					
*	**القوانين والأنظمة**					
1	لدي المعرفة بالقوانين والأنظمة الخاصة بمهنة الصيدلة الصادرة عن نقابة الصيادلة الأردنية.					
2	لدي المعرفة بالقوانين والأنظمة الخاصة بمهنة الصيدلة الصادرة عن مؤسسة الغذاء والدواء.					
3	لدي المعرفة بالأنظمة والقوانين الخاصة بمهنة الصيدلة الصادرة عن وزارة الصحة.					
4	تحمي هذه القوانين والأنظمة مصالحي كصيدلاني.					

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرات	الرقم
					تنهض هذه القوانين والأنظمة بمهنة الصيدلة.	5
					التأهيل للوظيفة	*
					لدي العلم بدورات التأهيل للوظيفة المقدمة من قبل نقابة الصيادلة الأردنية.	6
					تساعدني دورات التأهيل للوظيفة المقدمة من نقابة الصيادلة الأردنية في تطوير عملي.	7
					تساعدني دورات التأهيل للوظيفة من إيجاد فرص عمل أفضل.	8
					المعايير الأخلاقية	*
					لدي المعرفة بالمعايير الأخلاقية التي تخص مهنتي كصيدلاني.	9
					تلزمني نقابة الصيادلة الأردنية بكافة المعايير الأخلاقية الخاصة بمهنة الصيدلة.	10

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
11	تلزمني مؤسسة الغذاء والدواء بكافة المعايير الأخلاقية الخاصة بمهنة الصيدلة.					
12	تسهم تطوير المعايير الأخلاقية في تحسين علاقتي كصيدلاني مع الزبائن.					
*	**الحملات التوعوية**					
13	تتواصل معي نقابة الصيادلة الأردنية من خلال الحملات التوعوية لتطوير مهنتي وأدائي كصيدلاني.					
14	تهتم مؤسسة الغذاء والدواء بالحملات التوعوية لاطلاعي على كل ما هو جديد ويخص الأنظمة والقوانين والمنتجات الدوائية.					
*	**الرقابة والتفتيش**					
15	تقوم مؤسسة الغذاء والدواء بدورها بالتفتيش على الصيدليات التي أعمل بها واكتشاف المخالفات التي تخص					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	هذه المهنة باستمرار.					
16	تطبق مؤسسة الغذاء والدواء العقوبات المنصوص عليها في حال وجود مخالفات علي كصيدلاني و على الصيدلية التي أعمل بها.					
17	تساهم الرقابة والتفتيش من خلال مؤسسة الغذاء والدواء في تطوير أدائي كصيدلاني.					
18	تهتم نقابة الصيادلة الأردنية بمتابعة الحقوق الخاصة بي كصيدلاني.					
19	تساهم نقابة الصيادلة الأردنية بتطبيق العقوبات على صاحب الصيدلية في حال عدم تطبيق حقوق العمل الخاصة بي.					
20	تباشر وزارة الصحة عملية التفتيش على الصيدلية التي أعمل بها باستمرار لاكتشاف أي مخالفات تخص مهنة الصيدلة.					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
21	تطبق وزارة الصحة العقوبات المنصوص عليها في حال وجود مخالفات علي كصيدلاني وعلى الصيدلية التي أعمل بها.					
2	**مستودعات الأدوية**					
*	**طريقة تسديد الالتزامات المالية**					
22	يعتمد تطور علاقتي كصيدلاني مع مستودعات الأدوية على قدرتي في تسديد الالتزامات المالية.					
23	تؤثر طريقة تسديد الالتزامات المالية مع مستودعات الأدوية على قدرتي بتوفير الأدوية باستمرار.					
24	تساعدني طريقة تسديد الالتزامات المالية كصيدلاني مع مستودعات الأدوية بتوفير أصناف المنتجات الدوائية وبالكميات المطلوبة.					
*	**تحمل المخاطر**					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
25	تتحمل مستودعات الأدوية المسؤولية كاملة في حال وجود عيوب في المنتجات الدوائية مما يسمح بتوفير الدواء الآمن.					
26	تتحمل مستودعات الأدوية كامل المسؤولية في حال حدوث ضرر للمنتجات الدوائية خلال عملية ايصالها للصيدلية.					
*	**توفير الطلبيات**					
27	السرعة في توفير الطلبيات وبالكمية المطلوبة يشكل لي كصيدلاني ثقة وعلاقة طويلة الأجل مع مستودعات الأدوية.					
28	كفاءة مستودعات الأدوية بتوفير الطلبيات التي تحتاجها الصيدلية يساعد في نجاح عملي.					
*	**الحوافز**					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
29	الحوافز المقدمة من قبل مستودعات الأدوية تشكل لي عامل مهم لاستمرارية التعامل معهم.					
30	تساعد الحوافز المقدمة من قبل مستودعات الأدوية في زيادة ربحية الصيدلية.					
*	**إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء الصلاحية**					
31	إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها من قبل مستودعات الأدوية تعتبر ميزة تنافسية لي كصيدلاني وضرورية لتحديد مدى تعاملي معهم.					
32	إعادة الأصناف الراكدة قبل انتهاء صلاحيتها تساعدني كصيدلاني بمدى توفير أصناف معينة من المنتجات الدوائية واختيار الكمية المناسبة منها.					
3	**الخدمات الصيدلانية**					
*	**التنظيم الداخلي**					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
33	أحرص على أن يكون التنظيم الداخلي للصيدلية مريحا لجميع الأطراف التي تتعامل معها.					
34	يساعدني التنظيم الداخلي في تقديم خدمة مميزة للزبائن لزيادة حجم المبيعات.					
*	**المعاملة الحسنة**					
35	اللطف و المعاملة الحسنة أمر ضروري لشعور الزبائن بالراحة النفسية.					
36	اللطف والمعاملة الحسنة تتطلب مهارة في استخدامها على حسب حالة وشخصية كل زبون.					
*	**الثقة والاعتمادية**					
37	أحرص على أداء الخدمة وفقا للوعود المقدمة.					
*	**القدرة والسرعة في تلبية حاجات الزبائن**					
38	القدرة في تلبية حاجات الزبائن تساعدني في تقديم أفضل					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	المنتجات الدوائية دون وصفة طبية.					
39	السرعة في تلبية حاجات الزبائن عامل مهم لنجاح أدائي.					
*	**المعرفة والخبرة لدى الصيادلة**					
40	خبرتي ومدى معرفتي بكل ما يخص المنتجات الدوائية تساعدني على تقديم الدواء الذي يعطي قيمة أعلى.					
41	خبرتي عامل مهم لتطوير الخدمات المقدمة من قبل الصيدلية.					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	بناء العلاقة مع الزبائن					
*	**القيمة المدركة**					
42	تسعى الصيدلية للعمل على تحقيق الوعود المقدمة للزبائن بالوقت المحدد كما تتوقع الزبائن.					
43	أنمي معرفتي بكل ما يخص المنتجات وما يطرأ عليها والجديد منها لتقديم النصح والإرشاد للزبائن مما يزيد من القيمة المدركة للخدمات المقدمة من قبل الصيدلية.					
44	تزداد القيمة المدركة لدى الزبائن عند شعورهم بالراحة النفسية عند توفير أجهزة خاصة لعمل بعض الفحوصات السريعة كالسكري.					
*	**الرضا**					
45	يزداد رضا الزبائن نتيجة للقيمة المدركة التي يحصلون					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	عليها من الصيدلية والتي تزيد عن ما يتوقعونه.					
46	السرعة والقدرة في تلبية حاجات الزبائن تزيد من رضاهم اتجاه الخدمات المقدمة من قبل الصيدلية.					
47	العناية بالزبائن من خلال توفير مقاعد للانتظار وشبكة إنترنت يزيد من رضا الزبائن.					
48	أحرص على تطوير مهاراتي في الصيدلية من خلال دورات خاصة لتعلم الأسس الصحيحة للتعامل و الاتصال مع الزبائن لكسب رضاهم.					
*	**الولاء**					
49	التزام الزبون بالشراء من صيدلية محددة نتيجة رضاه عن الخدمات المقدمة دلالة على ولاءه.					
50	تفضيل الزبائن لصيدلية معينة ناتج عن ولائهم من خلال رضاهم عن المعاملة الطيبة والخاصة لبعض الزبائن					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	الذين لديهم أمراض مزمنة أو ذوي الاحتياجات الخاصة.					
*	**ادارة العلاقات مع الزبائن**					
51	تنظم الصيدلية علاقاتها مع الزبائن وتحدد الزبائن الحاليين والزبائن المتوقعة.					
52	تعمل الصيدلية على بناء علاقة متميزة مع الزبائن الدائمين بتوثيق معلومات خاصة بهم وتوفير احتياجاتهم ورغباتهم في الوقت المناسب.					
53	توطد الصيدلية علاقتها بالزبائن من خلال الخصومات أو الهدايا العينية.					
54	تعتني الصيدلية بزبائنها الدائمين من خلال توصيل احتياجاتهم للمنازل في الحالات الضرورية والخاصة.					
55	تقدم الصيدلية وجميع العاملين بها عناية و معاملة					

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	خاصة بزبائنها الدائمين.					
56	تسعى الصيدلية لكسب زبائن جدد من خلال العروض المستمرة و الجذابة لبعض المنتجات والإعلان عنها عبر طرق التواصل الاجتماعي المختلفة أو لوحات الإعلان.					
57	تعمل الصيدلية على تشجيع زبائنها بجعلها الخيار الأول دائما لتلبية حاجاتهم.					
58	تصغي الصيدلية لشكاوى الزبائن وتسعى لتجنب الوقوع في نفس المشكلة مع زبائن آخرين.					
59	تقدم الصيدلية الاستشارات عبر الهاتف لمن يحتاجها من الزبائن مما يسهم في تطوير علاقتها بهم.					
60	تسعى الصيدلية لتطوير علاقتها مع الزبائن من خلال التعاون مع أخصائي التغذية والتجميل وتخصيص أيام محددة لتواجدهم في الصيدلية لتقديم النصح والإرشاد لهم.					

ملحق (2)

جدول المقابلات الأولية للمؤسسات الحكومية والعامة المسؤولة عن مهنة الصيدلة وعينة من الصيادلة العاملين في الصيدليات و الزبائن

الشركة	تاريخ الزيارة	الأسئلة المطروحة
نقابة الصيادلة الأردنية	2015/10/12	– ماهية القوانين والأنظمة وهل تصدر من النقابة فقط؟ – ما هو دور النقابة بالنسبة لبرامج التأهيل للوظيفة ؟ – ماهي المعايير الأخلاقية التي تحكم مهنة الصيدلة؟ – من المسؤول عن حملات التوعية الخاصة بمهنة الصيدلة وما هي طرق الترويج لها؟ –ما هو دور كل من وزارة الصحة و مؤسسة الغذاء والدواء؟
مؤسسة الغذاء والدواء	2015/10/21	– من المسؤول عن الرقابة والتفتيش؟ – من المسؤول عن تطبيق العقوبات لمستحقيها؟ – ماهي الممارسات الخاطئة التي تصدر من الصيادلة ؟

		-ما هو دور وزارة الصحة؟
الصيادلة	2015/10/4	-ماهي أهم العوامل التي تؤثر بعلاقة الصيادلة مع مستودعات الأدوية؟ -ماهي أثر جودة الخدمات المقدمة من قبل الصيادلة على رضا و ولاء الزبائن؟ -ما مدى معرفة و رضا الصيادلة عن دور نقابة الصيادلة الأردنية والمؤسسات الحكومية؟ -هل يوجد لدى الصيدلية معلومات خاصة بالزبائن الدائمين تساعدها على متابعتهم باستمرار لتلبية حاجاتهم ورغباتهم؟
الزبائن	2015/10/1	-ما هي الأمور المميزة لدى الصيدلية التي تتعامل معها باستمرار الزبائن؟ -هل يوجد أثر للتنظيم الداخلي للصيدلية على الراحة النفسية للزبائن؟ -هل تكفي الخبرة وحدها لدى الصيدلي لخلق ولاء لدى الزبائن؟

ملحق رقم (3) أسماء المحكمين

الرقم	الاسم	مكان العمل
1	الاستاذ الدكتور رائد الغريبات	الجامعة الأردنية.
2	الدكتور رامي الدويري	الجامعة الأردنية.
3	الاستاذ الدكتور محمد أبو صالح	جامعة عمان العربية.
4	الدكتور ظاهر القرشي	جامعة عمان العربية.
5	الدكتور زاهد السامرائي	جامعة عمان العربية.
6	الدكتورة سمر الطراونة	جامعة عمان العربية.
7	الدكتور مطيع العبادي	جامعة عمان العربية.
8	الأستاذ الدكتور أحمد المعاني	جامعة فيلادلفيا.
9	الدكتور محمد منصور	جامعة فيلادلفيا.
10	الدكتورة عفاف أبو زر	جامعة فيلادلفيا.